

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ESTUDIO DE VALORES HACIA EL TRABAJO DE LOS
COLABORADORES ADMINISTRATIVOS DE UNA
UNIVERSIDAD PARTICULAR BAJO LA EVAT 30, CHICLAYO
2016

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR

Ivett Mariela Gordillo Díaz

Chiclayo, 02 de junio del 2017

**ESTUDIO DE VALORES HACIA EL TRABAJO DE LOS
COLABORADORES ADMINISTRATIVOS DE UNA
UNIVERSIDAD PARTICULAR BAJO LA EVAT 30, CHICLAYO
2016**

POR:

Ivett Mariela Gordillo Díaz

Presentada a la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad
Católica Santo Toribio de Mogrovejo, para optar el Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADO POR:

Mgtr. Camilo Girón Córdova
Presidente de Jurado

Lic. Valeria Llontop Hernández
Secretaria de Jurado

Mgtr. Rafael Martel Acosta
Vocal/Asesor de Jurado

CHICLAYO, 2017

DEDICATORIA

Dedico esta tesis en primer lugar a Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres, mi querido padre quien ya no se encuentra en este mundo y es quien ahora cuida y guía mis pasos, a mi madre por ser fuente de inspiración y amor en todo momento de mi vida.

A Joaquín mi novio por todo su apoyo incondicional sus palabras son motivación y fuerza para continuar y luchar por mis metas.

Y a todos mis familiares y amigos quienes siempre me brindaron apoyo, ánimos y buenos consejos.

Maye

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento sincero a mi asesor de tesis Mgtr. Rafael Martel Acosta por su esfuerzo y dedicación; sus conocimientos, su persistencia y motivación que ha sido fundamental para poder culminar mi tesis.

A todos mis profesores de la carrera, por el apoyo, la confianza y la amistad brindada y sobre todo han sido guía y ejemplo para culminar mi formación profesional.

Maye

RESUMEN

Con el propósito de analizar la Estructura de Valores que poseen los Colaboradores Administrativos de una Universidad Particular en la ciudad de Chiclayo, se realizó una investigación descriptiva donde la población estuvo representada por 100 personas de las diversas Áreas y Facultades de la parte Administrativa. El instrumento empleado para la recolección de datos y medir la Estructura de Valores estandarizado fue "Schwartz Value Survey". Los resultados obtenidos permiten afirmar que el modelo propuesto por Schwartz compuesto por cuatro valores de orden superior son de vital importancia en las organizaciones, por lo que en la Universidad en estudio su escala de valores fue la siguiente: con una muy alta valoración fue la Dimensión de Auto trascender seguido de un nivel alto la Dimensión de Autopromoción; por otro lado, la dimensión de Conservación con nivel bajo y la Dimensión de Apertura al Cambio con un nivel muy bajo.

PALABRAS CLAVES: Valores – Colaboradores – Clima Organizacional

ABSTRACT

With the purpose of analyzing the Structure of Values that the Administrative Collaborators of a Particular University have in the city of Chiclayo, a descriptive investigation was carried out where the population was represented by 100 people of the different Areas and Faculties of the Administrative part. The instrument used to collect data and measure the Standardized Values Structure was "Schwartz Value Survey". The obtained results allow to affirm that the model proposed by Schwartz composed by four values of higher order are of vital importance in the organizations, reason why in the University under study its scale of values was the following one: with a very high valuation was the Dimension Of Autotrascender followed by a high level the Self-Promotion Dimension; On the other hand the dimension of Conservation with low level and the Dimension of Opening to the Change with a very low level.

KEYWORDS: Values - Collaborators - Organizational Climate

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

I.	INTRODUCCIÓN.....	15
II.	MARCO TEÓRICO	19
2.1.	Antecedentes	19
2.2.	Bases teóricas.....	26
2.2.1.	Apertura Al Cambio	28
2.2.2.	Auto-trascender.....	31
2.2.3.	Conservación.....	33
2.2.4.	Auto-promoción	36
2.3.	Definición de términos básicos.....	38
III.	MATERIALES Y MÉTODOS	40
3.1.	Diseño de investigación.....	40
3.2.	Área y línea de investigación	41
3.3.	Población, muestra y muestreo.....	41
3.3.1.	Población	41
3.3.2.	Muestra y muestreo	42
3.4.	Operacionalización de variables.....	44
3.5.	Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos	45
3.6.	Técnica de procesamiento de datos	50
IV.	RESULTADOS	50
V.	DISCUSIÓN.....	102
5.1.	Dimensión de Apertura al Cambio.....	102
5.2.	Dimensión de Conservación.....	104
5.3.	Dimensión de Auto-Promoción.....	105

VI.	CONCLUSIONES.....	107
VII.	RECOMENDACIONES.....	110
VIII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	112
IX.	ANEXOS	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Población.....	41
Tabla 2	Operacionalización de variables.....	44
Tabla 3	Apertura al Cambio: Resumen de procesamiento de casos.....	46
Tabla 4	Apertura al Cambio: Estadísticas de fiabilidad	46
Tabla 5	Auto-trascender: Resumen de procesamiento de casos.....	47
Tabla 6	Auto-trascender: Estadísticas de fiabilidad.....	47
Tabla 7	Conservación: Resumen de procesamiento de casos.....	47
Tabla 8	Conservación: Estadísticas de fiabilidad	48
Tabla 9	Auto – promoción: Resumen de procesamiento de casos.....	48
Tabla 10	Auto – promoción: Estadísticas de fiabilidad.....	48
Tabla 11	Sexo.....	50
Tabla 12	Edad	52
Tabla 13	Estado Civil.....	53
Tabla 14	Carga Familiar	54
Tabla 15	Tiempo en la empresa.....	55
Tabla 16	Prefiere siempre trabajar solo(a), no le gusta tomar decisiones junto con otras personas.....	56
Tabla 17	Tener dinero para cubrir sus gastos y los de su familia, es su principal preocupación	58
Tabla 18	Siempre está ayudando a los demás empleados, aún sin conocerlos .	59
Tabla 19	A él (ella), le gusta manejar a la gente, le gusta que otros hagan lo que él (ella) quiere que hagan.....	61
Tabla 20	Para él (ella), es muy importante el bienestar de la gente que conforma su equipo de trabajo	62
Tabla 21	Él (Ella) busca siempre sobresalir y ser exitoso(a) frente a los demás ...	64

Tabla 22	No le gusta hacer cosas que otros no hagan, siempre se guía por lo que otros hacen	65
Tabla 23	Para él (ella), un buen horario, y un lugar cercano y cómodo son factores muy importantes que debe tener un trabajo	67
Tabla 24	Es enemigo(a) de la monotonía, siempre busca nuevas actividades o proyectos para darle variedad a su trabajo	68
Tabla 25	Siempre sigue las reglas y procedimientos en su trabajo, tal y como si fuera un reloj.....	70
Tabla 26	Él (Ella), es un(a) empleado(a) inquieto(a), siempre está buscando nuevas formas para hacer mejor su trabajo, es un(a) perfeccionista .	71
Tabla 27	Su integridad física y el no dañar su salud, son factores muy importantes para él (ella) en un trabajo	73
Tabla 28	El progreso del país y el bienestar de toda la gente es muy importante para él (ella).....	74
Tabla 29	Mantener una imagen de superioridad ante los demás, es su principal preocupación	76
Tabla 30	Para él (ella) es muy importante ganarse la confianza de sus compañeros de trabajo, siéndoles leales y honesto(a)	77
Tabla 31	Él (Ella) siempre busca ser ejemplo para los demás empleados.....	79
Tabla 32	Respetar las costumbres y tradiciones que se siguen en su trabajo, es muy importante para él (ella).....	80
Tabla 33	Disfruta mucho trabajando, tener una actividad que llene su vida es muy importante para él (ella).....	82
Tabla 34	Es un(a) empleado(a) muy activo(a), contagia energía sólo de verle ..	83
Tabla 35	Él (Ella) es un(a) empleado(a) que nunca pierde el control sobre sus impulsos.....	85
Tabla 36	Él (Ella), siempre está preocupado(a) por actualizarse, ya sea leyendo o asistiendo a cursos, con la finalidad de ser un empleado(a) eficiente	86

Tabla 37	Es muy importante para él (ella) sentirse parte de su equipo de trabajo y/o empresa, y saber que cuidan de él (ella).....	88
Tabla 38	Él (Ella) siempre lucha por que todos los empleados reciban el mismo trato y oportunidades.....	89
Tabla 39	Para él (ella), adquirir y acumular bienes o servicios costosos es muy importante.....	91
Tabla 40	Para él (ella), la lealtad hacia su empresa y/o grupo es muy importante	92
Tabla 41	Para él (ella) es muy importante que sus compañeros de trabajo, familiares y amigos reconozcan y valoren sus logros.....	94
Tabla 42	Él (Ella) es muy metódico(a), no le gusta intentar nuevas formas de hacer la cosas, prefiere lo que siempre le ha funcionado.....	95
Tabla 43	Es muy importante para él (ella), que su trabajo le permita relacionarse con muchas personas, y pasarla bien durante toda la jornada laboral	97
Tabla 44	Le gustan los retos en su trabajo, prefiere siempre lo nuevo y desconocido	98
Tabla 45	En su trabajo siempre trata de ser cordial y educado(a) con la gente sin importar la persona o la situación.....	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Comparaciones	17
Figura 2. Estructura dinámica de los valores de acuerdo con la Teoría Universal de Schwartz (1992) – Adaptación propia.....	27
Figura 3. Sexo	51
Figura 4. Edad.....	52
Figura 5. Estado Civil	53
Figura 6. Carga Familiar	54
Figura 7. Tiempo en la empresa	55
Figura 8. Prefiere siempre trabajar solo(a), no le gusta tomar decisiones junto con otras personas.....	57
Figura 9. Tener dinero para cubrir sus gastos y los de su familia, es su principal preocupación.....	58
Figura 10. Siempre está ayudando a los demás empleados, aún sin conocerlos ...	60
Figura 11. A él (ella), le gusta manejar a la gente, le gusta que otros hagan lo que él (ella) quiere que hagan	61
Figura 12. Para él (ella), es muy importante el bienestar de la gente que conforma su equipo de trabajo.....	63
Figura 13. Él (Ella) busca siempre sobresalir y ser exitoso(a) frente a los demás	64
Figura 14. No le gusta hacer cosas que otros no hagan, siempre se guía por lo que otros hacen.....	66
Figura 15. Para él (ella), un buen horario, y un lugar cercano y cómodo son factores muy importantes que debe tener un trabajo	67
Figura 16. Es enemigo(a) de la monotonía, siempre busca nuevas actividades o proyectos para darle variedad a su trabajo	69
Figura 17. Siempre sigue las reglas y procedimientos en su trabajo, tal y como si fuera un reloj.....	70

Figura 18. Él (Ella), es un(a) empleado(a) inquieto(a), siempre está buscando nuevas formas para hacer mejor su trabajo, es un(a) perfeccionista	72
Figura 19. Su integridad física y el no dañar su salud, son factores muy importantes para él (ella) en un trabajo.....	73
Figura 20. El progreso del país y el bienestar de toda la gente es muy importante para él (ella).....	75
Figura 21. Mantener una imagen de superioridad ante los demás, es su principal preocupación.....	76
Figura 22. Para él (ella) es muy importante ganarse la confianza de sus compañeros de trabajo, siéndoles leales y honesto(a)	78
Figura 23. Él (Ella) siempre busca ser ejemplo para los demás empleados	79
Figura 24. Respetar las costumbres y tradiciones que se siguen en su trabajo, es muy importante para él (ella)	81
Figura 25. Disfruta mucho trabajando, tener una actividad que llene su vida es muy importante para él (ella)	82
Figura 26. Es un(a) empleado(a) muy activo(a), contagia energía sólo de verle.....	84
Figura 27. Él (Ella) es un(a) empleado(a) que nunca pierde el control sobre sus impulsos	85
Figura 28. Él (Ella), siempre está preocupado(a) por actualizarse, ya sea leyendo o asistiendo a cursos, con la finalidad de ser un empleado(a) eficiente	87
Figura 29. Es muy importante para él (ella) sentirse parte de su equipo de trabajo y/o empresa, y saber que cuidan de él (ella).....	88
Figura 30. Él (Ella) siempre lucha por que todos los empleados reciban el mismo trato y oportunidades	90
Figura 31. Para él (ella), adquirir y acumular bienes o servicios costosos es muy importante.....	91
Figura 32. Para él (ella), la lealtad hacia su empresa y/o grupo es muy importante	93

Figura 33. Para él (ella) es muy importante que sus compañeros de trabajo, familiares y amigos reconozcan y valoren sus logros	94
Figura 34. Él (Ella) es muy metódico(a), no le gusta intentar nuevas formas de hacer las cosas, prefiere lo que siempre le ha funcionado	96
Figura 35. Es muy importante para él (ella), que su trabajo le permita relacionarse con muchas personas, y pasarla bien durante toda la jornada laboral... 97	
Figura 36. Le gustan los retos en su trabajo, prefiere siempre lo nuevo y desconocido.....	99
Figura 37. En su trabajo siempre trata de ser cordial y educado(a) con la gente sin importar la persona o la situación.....	100

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día las Instituciones Educativas Superiores no están ajenas a los problemas dentro del área de Recursos Humanos. Cada vez más las personas deben de adaptarse a los sistemas organizacionales que por efectos globales son complejos y hasta a veces complicados. Cada día es más difícil contar con “colaboradores con mística, espíritu de cuerpo o con la camiseta bien puesta (como dicen ellos), es mediante el esfuerzo conjunto entre los directivos y los investigadores y ello, hoy en día, más que una aspiración es una meta que se debe lograr” (Gibson, Ivancevich, y Donnelly, 1994).

Tradicionalmente, los valores laborales se han considerado una concreción de los valores personales (Kinnane y Pable, 1962) (Roe, Ester, Elizur y Sagie, 1999). Las diferencias viables entre ambos tipos de valores radican en el contexto en el que cada uno toma mayor jerarquía. En esta línea, los valores laborales tienen definiciones como "representaciones cognitivas de necesidades universales expresadas por medio de metas transituacionales que se organizan en forma jerárquica y que se manifiestan en el entorno laboral" (Arciniega y González, 2000); mientras que los valores personales son definidos como principios que guían el comportamiento del hombre en respuesta a necesidades universales presentadas en la vida cotidiana.

Según Schwartz (1999) en este sentido, los valores juegan un papel muy importante en lo que respecta a la predisposición de las personas a asumir determinadas acciones, por ser estándares que guían la conducta de la persona o concepciones que reflejan las características básicas de adaptación, a partir de los cuales se fabrican las actitudes. Por lo que se puede considerar que en base al tipo

de la estructura de los valores que posee cada administrativo ejercerá su desempeño laboral.

En países donde se está en pleno desarrollo como es el caso del Perú, aún es posible encontrar organizaciones con pensamientos arcaicos, donde según los enfoques de la Teoría de Frederick Taylor, la razón de la organización se basa en el uso apropiado de elementos como la planeación y además enfoques muy sistémicos. No obstante, conocer el grado de valores que pueden tener los colaboradores hacia su organización es de preocupación de todo directivo moderno. En el campo de la psicología del trabajo y de las organizaciones la situación es diferente. La mayoría de los instrumentos desarrollados desde esta perspectiva consideran los valores hacia el trabajo como los resultados que el individuo espera obtener con respecto a un puesto de trabajo, o como la importancia que concede a determinados características del trabajo (Salanova, Hontangas y Peiró, 1996).

En Chiclayo, existen una variedad de universidades que ofrecen servicios educativos y que tienen un número significativo de colaboradores tanto en la parte administrativa como del profesorado. La Universidad Particular en estudio cuenta con 235 trabajadores (2016) en su unidad administrativa, muchos de ellos a contratos a tiempo indeterminado, razón por la cual muchas veces el compromiso, apego y cercanía a la organización es no por efectos de lealtad o fidelidad, sino más bien por tener cierta "obligación" de compromiso con ella. Esto genera decadencia en los valores que tienen hacia el trabajo, que al final se traduce en su comportamiento dentro de la organización y hasta la falta de adaptación a los cambios.

La universidad en estudio ha cumplido 18 años de trayectoria y durante este tiempo no había un estudio del clima organizacional hasta mediados del año pasado (2016) en el que la institución decidió contar con los servicios de la empresa Great Place to Work quien se dedica a evaluar objetivamente bajo parámetros internacionales el ambiente laboral de la empresa y comparar los resultados con el benchmark de las empresas peruanas con el mejor clima laboral y con las empresas de su sector.

Tras haber sido evaluada, los resultados respecto a las perspectivas, se observa una diferencia entre ambas. Así los colaboradores evalúan la perspectiva área (61%) 12 puntos por encima de la perspectiva organizacional (49%). En cuanto al benchmark, el resultado de institución se encuentra 31 puntos por debajo de las 45 mejores 2015 y 16 puntos por debajo del benchmark de educación 2015, por lo tanto, el índice de aceptación general fue del 55%.

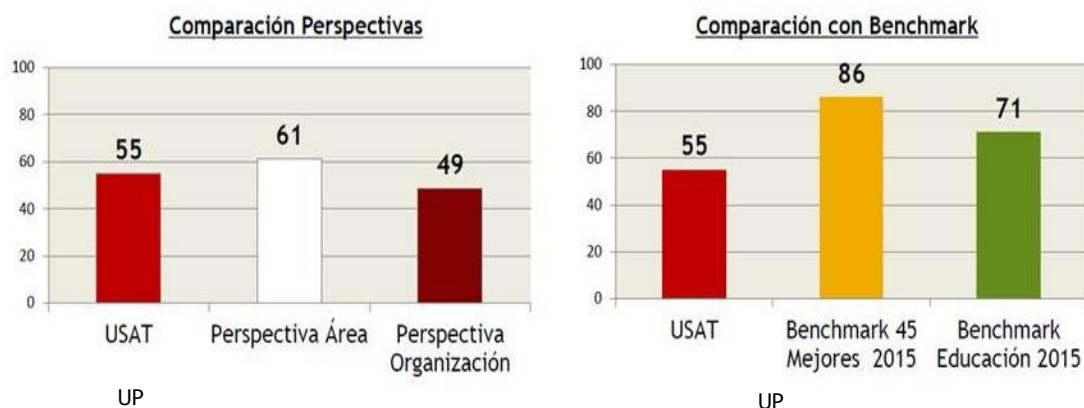


Figura 1. Comparaciones

Fuente: 2016 Great Place To Work ® Institute Inc. Todos los derechos reservados

Es por esta razón que se pretendió de alguna manera conocer la situación de los valores hacia el trabajo por parte de los colaboradores administrativos de esta

universidad, y para eso el estudio se basó en el enfoque EVAT 30, la cual fue una escala que permitió calcular los cuatro factores de orden superior determinados en la teoría de Schwartz, de igual forma en las diez tipologías motivacionales específicas. Constó de 30 ítems, y utilizó un formato de tipo Likert de 5 puntos sin expresiones numéricas de respuesta, pero con premisas verbales que van desde "se parece mucho a mí", hasta "no se parece nada a mí".

Por lo expuesto anteriormente se formuló la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo se encuentran los valores hacia el trabajo de los colaboradores administrativos de una Universidad Particular en la ciudad de Chiclayo?

El objetivo general de la investigación fue determinar el nivel de valores hacia el trabajo de los colaboradores administrativos de una universidad particular bajo la EVAT 30.; y los objetivos específicos fueron determinar el nivel de apertura al cambio, el nivel de auto-trascender, el nivel de conservación, el nivel de auto-promoción hacia el trabajo de los colaboradores administrativos de una universidad particular bajo la EVAT 30.

La investigación se justificó pues servirá como un estudio importante para poder conocer la situación de la universidad respecto a los valores que tienen sus colaboradores administrativos., así mismo de ser el primer estudio sobre este tema y uso del instrumento EVAT 30, desarrollado por Schwartz en el año 1992.

El estudio marcará la pauta como antecedente para investigaciones relacionadas con instituciones de educación superior y algunas similares.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Arciniega & González (2000) en el artículo Desarrollo y validación de la escala de valores hacia el trabajo EVAT 30 hablaron sobre la aplicación de la teoría de Schwartz (1992), donde mostraron que los ítems que integran las preguntas representan valores que se desempeñan en el trabajo. Cada una de las diez tipologías que presenta esta teoría estaba manejada por 3 ítems, en base a ellos se pretendió identificar a los valores que representaran a los cuatro de orden superior.

Para comprobar la estructura se tomó una muestra de 246 trabajadores, 169 mexicanos y 77 españoles utilizando escalas multidimensionales en la primera fase se demostró que en ambas muestras eran equivalentes posteriores a esta fase para la estructura dinámica se utilizaron cuatro factores operada por cuatro ítems en cada uno de los factores, presentándose índices de bondad de pacto satisfactorios y su consistencia interna favorable para cada escala.

Aguilar, García & Calvo (2003) en su artículo sobre Valores hacia el trabajo del personal de enfermería publicado por la Universidad de Granada, España, puso de manifiesto que debido a la gestión moderna de los servicios de salud hacia la población fue de vital necesidad reajustar y modificar la cultura organizacional para que los equipos de trabajo puedan seguir cumpliendo los objetivos y fines de la organización y que esto repercutirá de manera positiva en los usuarios de los servicios. Los autores indicaron que uno de los factores más importantes serían los valores hacia el trabajo de los supervisores y colaboradores por su implicancia con el clima laboral y el desarrollo organizacional. Es por ello que en esta investigación se basaron en identificar el perfil de valores en el trabajo que presentaron los

supervisores y sus equipos de trabajo y por otra parte ver si existe relación entre los perfiles de valores de ambos grupos. Para lo cual utilizaron el cuestionario de valores laborales EVAT 30 en 53 enfermeros y 4 supervisores estableciendo que ambos grupos mostraron jerarquías de valores parecidos por lo tanto un alto grado de congruencia. Por otro lado, las dimensiones de orden superior más apreciadas por los enfermeros y supervisores fueron las de Auto-promoción y Conservación.

Arciniega & González (2005) en su artículo sobre “Valores orientados a otros objetivos y satisfacción en el trabajo” , los cuales tomaron en cuenta las proposiciones de Simon (1990 y 1993) y Korsgaard y colaboradores (1997), donde hablaron de que una persona que tiene como prioridad a los valores que contengan altruismo estos prestarán menos importancia a la evaluación de los costos personales y beneficios que encausaron la información social, se establecieron que las premisas básicas sobre satisfacción laboral estaban centradas en un proceso cognitivo de evaluación de cómo los resultados específicos en un trabajo pueden cumplir los valores y necesidades de este individuo.

Los autores del artículo establecieron que los individuos que tengan mayor puntaje en el valor de altruismo mostraran mayor puntaje las facetas específicas sobre satisfacción en el trabajo sobre los individuos que tengan bajo puntaje. El estudio se basó en una muestra de 3.201 empleados mexicanos, que viven en 11 ciudades y trabajan para 30 empresas diferentes pertenecientes a la misma explotación. La investigación concluyó en que claramente se apoya con la hipótesis original.

Menacho (2006) investigación publicada por la Pontificia Universidad Católica del Perú donde la autora propuso un estudio de los valores organizacionales en una ONG no gubernamental donde puso de manifiesto que los valores que los

trabajadores traían consigo a la organización serían fuente de sus motivaciones, aspiraciones, actitudes y percepciones en la manera de desempeñar su trabajo diario y estos tuvieron a la vez efectos directos en la organización. La autora expresó que la naturaleza de la gestión interna de las organizaciones era un tema poco estudiado, lo constó porque según su investigación hay pocos estudios referidos al tema.

Ella dio a conocer que, si bien los valores y percepciones personales ayudan en última instancia al desarrollo organizacional, la gestión del desempeño no puede desligarse de la noción de gestión por valores.

Arciniega, González, Soares, Ciulli & Giannini (2009) en el artículo sobre la Validación transcultural de la Escala de Valores de Trabajo EVAT. Utilizando el Análisis de Factor Confirmatorio Multi-Grupo y la Escala Multidimensional Confirmatoria publicado por la Universidad de Cambridge, el autor explicó que el EVAT fue creado en el 2000 para llegar a la medición de los valores en relación con el trabajo. El instrumento que operacionalizó los cuatro valores de orden superior de la teoría de Schwartz (1992) a través de sus dieciséis ítems enfocados en escenarios del trabajo y que este cuestionario fue utilizado en grandes muestras de personas de nacionalidades mexicanas y españoles mostrando sus propiedades psicométricas. El autor indicó que recientemente de la fecha de la publicación dicho instrumento fue traducido al portugués e italiano y desarrollado en los países de Portugal e Italia siendo el propósito la validez transcultural de la Escala de Valores hacia el trabajo en español, portugués e italiano equivalentes.

Bortesi (2011) en su artículo sobre Importancia de la Cultura Empresarial publicado por la revista QUIPUKAMAYOC de la Facultad de Ciencias Contables de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos donde el autor dio a conocer que la

cultura empresarial tuvo dos caminos: uno que llevó hacia el exterior que se enfoca en el entorno social, a las personas de una comunidad, en consecuencia, al país entero porque las organizaciones son fuente de trabajo por lo tanto contribuyen al progreso nacional. De la misma forma el autor dijo que la cultura empresarial tuvo como prioridad y mucha importancia a la protección del medio ambiente, a lo que en su conjunto se le denominó con un nombre en especial “Responsabilidad Social”.

El otro camino se enfocó hacia el interior de la organización y en ese punto Bortesi manifestó a tener un equilibrio entre la armonía y la solidaridad como valores empresariales los cuales se convertirán para la empresa en un Activo Intangible de mucho valor.

El autor consideró la Importancia que han cobrado paulatinamente los activos intangibles que en años pasados se circunscribieron a las marcas y patentes sin embargo hoy en día se prologaron a otros valores sutiles de trascendencia principal de manera que llegó a constituir el rubro de gran importancia del patrimonio de la empresa. Bortesi se basó de manera directa en analizar de forma detallada los factores que se consideraron trascendentales en materia de cultura empresarial al interior de la organización.

Alfaro, Leyton, Meza & Sáenz (2012) en su investigación sobre “Satisfacción Laboral y su Relación con algunas Variables Ocupacionales en tres Municipalidades” para la escuela de Post-grado de la Pontificia Universidad Católica del Perú, los autores revelaron que debido al importante rol de las municipalidades de los distritos o gobiernos locales en expansión del desarrollo económico del Perú para lo cual es imprescindible el logro de sus metas por lo que concluyeron que debe existir personal disponible, calificado, motivado y satisfecho.

Los autores decidieron presentar un estudio de satisfacción laboral en tres municipios de Lima y Callao para lo cual utilizaron el cuestionario "Escala de Opiniones SL-SPC" (Palma, 2005), el que consiste de cuatro factores: (a) Importancia de la Tarea (b) Condiciones de Trabajo (c) Reconocimiento Personal (d) Beneficios Económicos, en los más resaltantes resultados se encontró que no existen diferencias significativas en el grado de satisfacción laboral entre municipalidades lo cual se consideró como promedio y por el contrario si existen diferencias importantes en el condición laboral al nivel de satisfacción para cada uno en sus diversos factores

Revilla (2013) en su artículo sobre Los Valores Organizacionales. El Caso de un Instituto Pedagógico Público de Lima publicado por la Pontificia Universidad Católica del Perú indicó como punto central los valores desde la perspectiva de la cultura organizacional cuya finalidad fue la de conocer los valores explícitos en los archivos institucionales y los valores implícitos en la percepción de los trabajadores del instituto en estudio concluyendo con el estudio en que los valores encontrados en el estudio han sido permanentes e influyentes los cuales determinaron una identidad marcada en la organización, específicamente entre valores religiosos y cívicos.

Gouveia, Clemente & Vidal (2014) en el artículo "El cuestionario de valores de Schwartz (CVS): propuesta de adaptación en el formato de respuesta". Los autores quisieron acreditar la posibilidad de simplificar el formato de contestación del cuestionario de valores de Schwartz (CVS), en la adaptación española (Ros y Grad 1991). Con una muestra de 176 universitarios siendo en la mayor parte mujeres y solteros los cuales respondieron a la original y la adaptación y con una escala de individualismo-colectivismo (Singelis, Triandis, Bhawuk & Gelfand 1995). Al comparar los resultados los datos respaldaron a la adecuación de la versión

adaptada. También se comprobó su equivalencia respecto a la religiosidad. Se recomendó utilizar la versión adaptada, aunque se realizaron algunas recomendaciones.

Arciniega & González (2014) en su artículo sobre *¿Cuál es la influencia de los valores hacia el trabajo en relación con otras variables en el desarrollo del compromiso organizacional?* Señalaron que utilizando los cuatro valores de orden superior propuestos por la teoría de Schwartz para operacionalizar el constructo de valores en el trabajo se le pudo llegar a evaluar cuál es la preponderancia de éstos en el avance del compromiso organizacional, hicieron comparaciones con las 4 facetas y los cuatro factores de esta teoría: empowerment, conocimiento de los objetivos de la organización y satisfacción con las prácticas de formación y comunicación organizacional. Para la validación de esta hipótesis de la investigación se utilizó una muestra de 982 empleados de ocho diferentes compañías del noreste de México, concluyendo el estudio en que los valores en el trabajo se posicionaron en un lugar menos importante en el desarrollo del compromiso organizacional en comparación con otros factores organizacionales tales como el de conocer los objetivos organizacionales o algunas actitudes como la satisfacción con la seguridad y las oportunidades de desarrollarse.

Ramos (2014) en su artículo sobre *"Valores del Trabajo que Influyen en los Colaboradores de Cable Sistemas de las Verapaces, de Coban Alta Verapaz."* Publicado por la Universidad Rafael Landívar de Guatemala, quien expresó que los valores se construyen con el transcurrir de los años de igual forma se van aplicando en situaciones vividas a diario es por esto que la autora trabajó su investigación en el proceso para establecer los valores en el trabajo que influyen en los colaboradores de la empresa en investigación, para lo cual se utilizó un instrumento que miden 5 valores que son: Ganancia Económicas, Seguridad, Altruismo,

Compañerismo, Sentirse bien en el grupo de Trabajo, Dirección, Tener la oportunidad de dirigir y organizar. La investigación concluyó que los recién ingresados el valor más perceptible era la ganancia económica para lo cual se recomendó hacer capacitaciones que ayuden y fortalezcan al compañerismo en el caso de las mujeres, se mencionó que este aspecto logrará un clima laboral estable con equipos de trabajo comprometidos y capacitados en el manejo de las relaciones interpersonales siendo está a nivel individual la que generará salud emocional equilibrada.

Tunnermanh (1999) en su artículo “Los valores una perspectiva universal” define a los valores “como las creencias con las cuales dirigimos nuestra vida y hemos seleccionado después una cuidadosa selección y la hemos agregado a nuestra conducta”, el autor habla desde un punto de vista filosófico queriendo decir que ante cualquier circunstancia o situación se permite elegir entre distintas alternativas siempre y cuando se tenga un sistema claro de valores que hagan posible la toma de la mejor decisión. Al contar con un sistema claro de valores produce en las personas bienestar ante la toma de decisiones y la elección de sus caminos, por lo contrario, al no tenerlo esto ocasiona en las personas conflictos y malestares llegando a incertidumbres ante la toma de decisiones.

Romero (1998) en su artículo “Valores en la transición organizacional” desde su perspectiva sociológica sostiene que los valores están compuestos por tres dimensiones: la cognitiva (creencia), la motivacional (meta energizante) y la ética (comportamiento pro-social). Las 2 primeras son individualistas porque tratan con la producción y la regulación de la conducta, la tercera tiene que ver con el desempeño del individuo en un entorno social laboral o no laboral. De esta manera los valores ayudan a que en los individuos y empresas cuenten con creencias,

motivos y comportamientos prosociales que contribuyan a que los integrantes de una organización puedan autoaceptarse y ser aceptados por los demás.

2.2. Bases teóricas

Cayón & Perez (2008) el modelo de Schwartz es el progreso más reciente en el estudio de los valores y constituye una estructura del sistema de valores que permite establecer relación con las conductas. Con este modelo se propone utilizar un conjunto comprensivo de tipo de valores motivacionales que han sido probados transculturalmente.

En este contexto, en el modelo se define relaciones dinámicas entre los tipos de valores presentados en la clasificación. Estas relaciones son de contradicción o compatibilidad en el logro de distintos tipos de valores, de tal manera que los tipos de orden superior llamadas en mi investigación (Dimensiones) están estructurados en dos partes bipolares Auto-trascendencia (Benevolencia y Universalismo) Vs. Auto-promoción (Poder y Logro) y Conservación (Tradición, Conformidad y Seguridad) Vs. Apertura al cambio (Autodirección y Estimulación) Hedonismo se asocia tanto con Apertura al Cambio como con Auto-promoción.

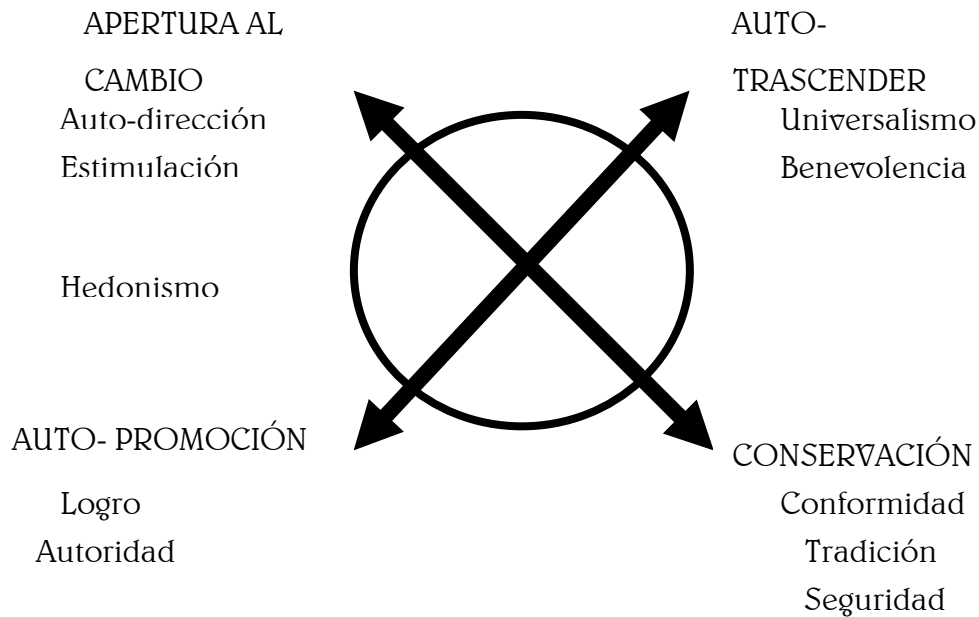


Figura 2. Estructura dinámica de los valores de acuerdo con la Teoría Universal de Schwartz (1992) – Adaptación propia

A partir de esta conceptualización de valores que buscan la consecución de una interacción social coordinada para satisfacer las demandas sociales institucionales en pro del bienestar de la organización, cada valor expresa una motivación que puede llegar a establecer una estructura general, así pues, la clasificación de Schwartz se convierte también en una propuesta teórica que establece las diez tipologías descritas. Esta tipología resulta un soporte teórico para analizar si existe o no una relación entre las prioridades de valores de los directivos universitarios, de allí en el marco de esta investigación se asumió como teoría central y se explica que todo valor general asume o genera una motivación particular.

Además de establecer diferencias entre el concepto de estructura de valores que apunta a las relaciones de conflicto y compatibilidad entre ellos y el de

prioridades o jerarquías valorativas que se refiere a la importancia relativa que los individuos y los grupos otorgan a determinados valores. Por otro lado, la Teoría de Schwartz dice que los valores que predominan en una sociedad pueden ser inferidos a partir de los valores de cada individuo. El modelo propone una categorización de 4 dimensiones y 10 sub-dimensiones:

2.2.1. Apertura Al Cambio

Villegas (2016) “Muchas veces nos vemos enfrentados a tener que cambiar lo que ya habíamos cambiado, pero es una buena medida de cuánto vamos avanzando en esta competencia y así pasaremos de tener una capacidad, a poseer una habilidad personal y grupal de gran valor en el cambiante mundo laboral”. Así mismo puedo decir que es una de las competencias personales que más ayudan a los colaboradores y sus organizaciones a desarrollarse. En un mundo que se encuentra en constantes cambios y transformaciones un individuo debe ser capaz de cambiar, pero siempre siguiendo un procedimiento donde debe saber planearse, ejecutarse y evaluarse para que pueda extraer la esencia de la experiencia. También se puede agregar que es la forma de ser competente para enfrentar con mente abierta las diferentes circunstancias, para identificar si se requieren nuevas acciones o transformaciones que ayuden en el progreso del cumplimiento de la meta trazada.

2.2.1.1. Autodirección

Komblit (1994) manifiesta que está relacionado con la independencia en el pensamiento, la toma de decisiones y la acción se refleja en los valores de: creatividad, libertad, eligiendo mis propias metas, curioso e independiente. Pensamiento independiente y elección de la propia acción por ejemplo elegir,

crear, explorar. Este valor tiene la necesidad del control junto con la necesidad de la autonomía y la independencia. Esta sub-dimensión está constituida por 3 ítems que muestran los siguientes indicadores:

- a) Individualismo: Bond (1998) Tenencia de una persona a obrar según su propia voluntad y que no toma la opinión de los demás, también se dice que es aquella persona que puede elegir sin pedir permiso a los demás y sin esperar a que los demás le digan que hacer.
- b) Creatividad: Locke (1991) Es observar de otra manera la realidad, peculiar, de forma diferente al resto de individuos, posee la capacidad de buscar soluciones opuestas y diferentes que la mayoría frente a un problema o situación, el resultado del análisis es siempre novedoso. Esta solución se considerará realmente creativa si en el futuro llega hacer considerada útil y productiva la cual conduce a más o nuevos beneficios que los antes utilizados.
- c) Superación: Oliver (1990) Capacidad de una persona que tiene inteligencia y dedicación para alcanzar lo que se propone, llegando a una meta u objetivo utilizando el mínimo de recursos posibles o utilizando un tiempo corto, lo que se definiría como optimizar.

2.2.1.2. Estimulación

Komblit (1994) Hace énfasis en el cambio activo del medio ambiente y en el salir adelante a través de la autoafirmación, mediante el dominio del medio ambiente. Supone cambio del status quo, están ligado al tipo valorativo porque si los esfuerzos de dominio tienen éxito, el rol y la diferenciación son vistos como legítimos, se asocia con tener estimulación, novedad y retos en la vida se manifiesta

en los valores: una vida variada, una vida excitante, atrevido. Se representa en la variedad, novedad y reto en la vida. Este tipo de valor se deriva de la necesidad de la variedad y del estímulo para mantener un nivel óptimo de la activación. También se entiende como la actividad que se le entrega a los individuos para que alcancen un buen desarrollo y funcionamiento, puede ser en el trabajo, en lo afectivo y en el trabajo físico, la cual se llega a contemplar mediante a recompensas que son los estímulos que se despiertan en las personas para realizar algo. Esta sub-dimensión está constituida por 3 ítems del cuestionario los cuales muestran los siguientes indicadores:

- a) Emprendedor: Anderson (2001) Es aquella persona que tiene decisión y acción para lo cual identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para cogerla, cree en sus ideas y es capaz de llevarlas a cabo.
- b) Proactividad: Dolan, S., García, S. & Navarro, C. (2001) Una persona proactiva es la aquella que tiene la capacidad de liderar su propia vida. No solo significa tomar iniciativas si no asumir la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan.
- c) Competitividad: Deninson (1994) Es tener la capacidad de saber competir, saber detectar ventajas comparativas y poder desarrollar formas para llegar al objetivo de manera más eficiente.

2.2.1.3. Hedonismo

Komblit (1994) manifiesta que se basa en la prosecución de experiencias se deriva del vocablo griego: “hedone” que significa placer e “ismos” que significa cualidad. Al cual se le considera como una rama de la filosofía en donde la persona que practica el hedonismo tiene como finalidad única de la vida lograr un placer

absoluto y verdadero, alejándose de los dolores y del mal.

- a) Confort: Salanova, Hontangas & Peiró (1996) Es un estado de quietud y reposo, este valor tiene dos extremos uno favorable que es el de la motivación de llegar al final de tu carrera y trazarse nuevas metas lo que finalmente te hará sentir cómodo, por el otro extremo es desfavorable porque una persona se llega a sentir cómoda con una reducida zona de confort y no cambiar para nada.
- b) Laboriosidad: Flores (2008) Aquella persona constante y esmerada en desempeñar un trabajo o labor no sólo en el ámbito laboral, sino también en el familiar, personal y académico de manera eficiente.
- c) Sociable: Ravlin & Meglino (1987) Es la persona con la capacidad activa para comunicarse y establecer relaciones con los demás. Participa en grupos y le gusta entablar conversaciones.

2.2.2. Auto-trascender

Komblit (1994) Consiste en la superación de los intereses egoístas a favor del compromiso voluntario en la promoción del bienestar de otros. En esta dimensión se encuentran los valores que tienen que ver con el colectivismo en sus dos facetas: en ayudar a la colectividad en general y la ayuda a las personas cercanas para lo cual la divide en dos sub-dimensiones:

2.2.2.1. Universalismo

Komblit (1994) Integra valores relacionados con madurez: tolerancia, sabiduría, protección del medio ambiente y con el bienestar social en general,

justicia social, igualdad, un mundo de paz. Sus tipos motivacionales son: aprecio, tolerancia y protección del bienestar de todas las personas y de la naturaleza. En esta subdimensión según el modelo de Schwartz se repartieron 3 ítems del cuestionario en cada uno se muestra un indicador:

- a) Solidaridad: Locke (1991) dice que consiste en ayudar a las personas que necesitan un apoyo ante una circunstancia sin esperar una retribución de alguna cosa.
- b) Humanitarismo: Denison (1994) es aquella persona con principios filantrópicos que está conectada con el sufrimiento de las personas más desfavorecidas que buscan ayudarlos y promueven la idea de bienestar en todo el sentido de la palabra.
- c) Igualdad: Meyer, Irving & Allen (1998) es un valor del cual se compara con otro y el resultado es equivalente. En la sociedad esto se traduce como el asignar a cada individuo el mismo valor que a los demás.

2.2.2.2. Benevolencia

Komblit (1994) Preserva y refuerza el bienestar de las personas cercanas con quien se está en contacto personal frecuente. Expresa una relación de preferencia hacia quienes es considerado perteneciente a un mismo grupo social se vincula con valores motivacionales como: ayudar, honestidad, perdonar, leal, responsable. Fomento del Bienestar de las personas, es decir una preocupación por el bienestar de otros que se define más estrecho que universalista. En esta subdimensión según el modelo de Schwartz se repartió 3 ítems del cuestionario en cada uno se muestra un indicador:

- a) Altruismo: Bilsky & Peters (1999) Considerada como una conducta humana la cual se define como la preocupación o atención desinteresada por el otro o los otros, al contrario del egoísmo.
- b) Veracidad: Jones, Sensenig & Ashmore (1978) Es la cualidad de lo que es verdadero y veraz y está conforme con la verdad y se ajusta a ella, es aquella persona que está predispuesta a decir la verdad, ser sincero, honesto, franco y tener buena fe.
- c) Lealtad: Bilsky & Peters (1999) Es el carácter de una persona la cual expresa sentimientos de respeto y fidelidad a los propios principios morales, a los compromisos establecidos o hacia una persona. Ser leal es en quien se puede confiar, que tiene compromiso con otras personas a quien no traicionará.

2.2.3. Conservación

Komblit (1994) el autor manifiesta que este valor está centrado en el mantenimiento del status quo y de la propiedad y restricción de acciones o inclinaciones de individuos o grupos que puedan alterar el orden tradicional. También se considera como la consistencia a través del tiempo, la determinación frente a lo que se desea, en el actuar diario, en lo que se cree. Esta dimensión está dividida en 3 subdimensiones:

2.2.3.1. Conformidad

Komblit (1994) el autor manifiesta que las acciones están limitadas con las inclinaciones e impulsos que puedan dañar a otros y violar expectativas o normas sociales, generalmente en las interacciones cotidianas con personas cercanas los

valores asociados son: obediente, disciplina, buenos modales. Restricción de acciones, inclinaciones o acciones que puedan dañar a otros o violar las expectativas sociales. Es la característica de una persona que acepta una decisión o situación, la cual implica sumisión y aprobación abierta de las normas que establezcan otras personas, aunque esta sea de su rechazo internamente.

- a) Disciplinado: Loli & López (1995) Es aquella persona que coordina sus actitudes instruyéndolas para desarrollar sus habilidades más rápidas o para seguir un determinado código de conducta u orden.
- b) Sensatez: Bilsky & Peters (1999) Es la capacidad que tiene una persona de actuar racionalmente y toma como guía el sentido común en el cual utiliza la verdad, no se deja llevar por emociones incontrolables.
- c) Amabilidad: Dillon & Goldstein (1984) es la cualidad que tiene una persona para complacer a los demás y sobre todo afectuosa.

2.2.3.2. Tradición

Komblit (1994) Señala que está vinculado con el respetar, comprometerse y aceptar las costumbres e ideas que la cultura tradicional o la religión imponen a la persona, en este tipo los valores se ubican: respeto por la tradición, devoto, humilde, moderado. La motivación radica en el respeto, aceptación y reproducción de costumbres e ideas tradicionales. También se traduce como el conjunto de bienes culturales que son conservados de generación en generación por tratarse de costumbres y manifestaciones que cada grupo social considera valiosa. Se puede decir que es el legado cultural. Esta sub-dimensión está compuesta por 3 ítems del cuestionario concluyendo con los siguientes indicadores:

- a) Rutinario: Elizurd & Sagie (1999) manifiesta que es aquella persona que refleja acciones repetitivas y monótonas.
- b) Respeto: Jones, Sensenig & Ashmore (1978) Veneración, consideración, acatamiento que se hace a un individuo.
- c) Sistematizado: Vroom (1984) Es aquella persona muy disciplinada en el cumplimiento de las acciones a desempeñar, son muy previsibles ya que son muy ordenadas en sus costumbres y muy constantes en las mismas.

2.2.3.3. Seguridad

Komblit (1994) Es asociada con conseguir la seguridad, armonía y estabilidad en la sociedad, en las relaciones interpersonales y en la persona se identifica con los valores: seguridad familiar, seguridad nacional, orden social, reciprocidad de favores, sentimientos de pertenencia, salud, estabilidad del orden social de las relaciones y del propio organismo. Es la ausencia total o parcial de un riesgo y que conlleva a un estado de tranquilidad y confianza. Esta sub-dimensión está dividida en 3 ítems del cuestionario que concluyen en los siguientes indicadores:

- a) Estabilidad: Locke (1991) es aquella que refiere a un estado de permanencia de la característica de un objeto o de una situación a través del tiempo.
- b) Integridad: Anderson (2001) Es aquella persona que hace lo correcto por las razones correctas y del modo correcto, es obrar con rectitud y apego a los principios morales.

- c) Integración: Meyer & Allen (1998) Son aquellas personas que buscan unir grupos sin diferenciación de raza o religión, por lo general les gusta el trabajo en equipo.

2.2.4. Auto-promoción

Komblit (1994) Se refiere a la asignación jerárquica de roles y recursos fijos. Las personas son vistas como desempeñando roles adscritos, surgidos del consenso social. Hace referencia a las personas que hacen propaganda o hablan de las cosas positivas de uno mismo. En el modelo de Schwartz esta dimensión clasifica a dos sub-dimensiones:

2.2.4.1. Logro

Komblit (1994) El autor traduce en la obtención del éxito personal como resuelto de la demostración de competencia según las normas sociales. Se refleja en los valores de ambicioso, capaz, influyente, inteligente. En esta teoría, tanto los valores de Poder como los de Logro se relacionan a la estima social más general, estos se aplican a las interacciones sociales concretas. Este tipo de valor se refleja motivacionalmente en el éxito social mediante la demostración de competencia. La competencia se evalúa en términos de qué es valor para el sistema o la organización en los cuales el individuo está situado. Por lo que se entiende logro es la acción de obtener aquello que se ha venido perseverando desde hace tiempo para finalmente obtenerlo y hacerlo realidad. Esta subdimensión comprende 3 ítems que destacan un indicador.

- a) Éxito: Argueta (2006) El autor manifiesta que es la acción en la que se tiene un resultado positivo, llegando a cumplir los objetivos trazados. Se describe también como la obtención de un reconocimiento debido a los méritos. De allí que el éxito también se relacione con el reconocimiento público, la fama o la riqueza

- b) Ejemplar: Kenny (1979) Es aquella persona que es digna de tomarse como modelo.
- c) Reconocimiento: Es la acción de distinguir o dar un valor a una persona o cosa, sentir afecto hacia alguien o algo. También sirve para expresar la gratitud que se experimenta como consecuencia de algún favor o beneficio

2.2.4.2. Autoridad

Komblit (1994) esto significa la obtención de posición y prestigio social, control o dominio sobre personas o recursos siendo sus valores: poder social, autoridad, riqueza, conservación de la imagen pública, reconocimiento social. Motivación que responde: logro de estatus social y prestigio, control y dominio de las otras personas y recursos. Es el privilegio de la primacía que se reconoce en la influencia. Esto quiere decir que es tener potestad y facultad sobre otra persona que es su subordinado. Esta sub-dimensión comprende 3 ítems del cuestionario la cual indica los siguientes indicadores:

- a) Autoritarismo: Meyer, Irving & Allen poder absoluto que se tiene sobre algo o alguien. También se dice que tener dominio es cuando el individuo sabe manejar la situación controlando los sucesos para su propio interés.
- b) Superioridad: Benedito, Bonavia & Linares (2008) habla de la ventaja que tiene una persona sobre otra, o poder de un individuo o grupo social sobre los demás.
- c) Materialista: Pinto (2011) Manifiesta que es la idea que se tiene para afirmar que lo material es lo primero y más importante en la vida de una persona.

2.3. Definición de términos básicos

- **Valores:** Son principios y creencias fundamentales que orientan el comportamiento del individuo en función de realizarse como persona las cuales ayudan a preferir, apreciar y a elegir unas cosas por otras o un comportamiento en lugar de otro, en una organización estos valores se reflejan como el marco del comportamiento que deben tener sus colaboradores dependiendo de la razón de ser de la empresa, del propósito para llegar a sus objetivos y de la proyección en el futuro es decir su visión.
- **Trabajo:** Esfuerzo humano para la elaboración de un bien y/o servicio con un fin determinado, que origina una retribución de dinero o cualquier otra forma de retribución a cambio.
- **Colaboradores:** Personas que participan en conjunto en la consecución de un trabajo para llegar a un objetivo o fin.
- **Área Administrativa:** Su fin es manejar de la mejor manera los recursos de la empresa, cuya función principal es llevar a cabo sus objetivos.
- **Clima Organizacional:** Es el ambiente donde diariamente un individuo desempeña su trabajo, donde se relaciona e interactúa con los demás ya sean compañeros de trabajo, proveedores y clientes. Englobando conceptos clima organizacional es la expresión personal de la percepción que los trabajadores y directivos se forman de la institución a la que pertenecen y que incide directamente en el desempeño de la empresa para lograr los objetivos.

- **Cultura Organizacional:** Los valores de la organización como las creencias e ideas acerca de los tipos apropiados o normas de comportamiento que los integrantes de la organización deben manejar para alcanzar las metas propuestas. Estos valores constan de normas, directrices que determinen como deberían comportarse los trabajadores en situaciones particulares y el control de la conducta de los miembros de la organización hacia el exterior.
- **Cultura Organizativa:** Es la suma global de los valores, costumbres, tradiciones y significados que hacen de una empresa única. La cultura corporativa es considerada por muchos como el carácter de una organización, ya que encarna la visión de la empresa, sus valores e influencia, las normas éticas, así como el estilo de dirección.

III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Diseño de investigación

La investigación calza dentro del paradigma cuantitativo que como refiere Hernández Sampieri y Otros (1998), la investigación o metodología cuantitativa es el procedimiento de decisión que pretende señalar, entre ciertas alternativas, usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo de la estadística. Por eso la investigación cuantitativa se produce por la causa y efecto de las cosas. El tipo de investigación utilizado en este estudio fue descriptivo, definido por Balestrini (2002) como "la inferencia a la descripción de las singularidades de una realidad estudiada, que podrá estar referida a una comunidad, una organización, un hecho delictivo, las características de un tipo de gestión, conducta de un individuo o grupales, comunidad, de un grupo religioso, electoral, etc."

Por ello el propósito de estos tipos de investigaciones es describir situaciones. Esto significa decir cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno, buscando especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades, etcétera, sometidas a análisis. Se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así (valga la redundancia) describir lo que se investiga" (Hernández Sampieri y Otros, 1998).

El presente estudio tuvo un diseño de investigación no experimental, ya que se estudió una situación ya existente, donde no se tuvo el control de las variables como tampoco se pudo influir en la relación de la misma. Esta investigación tuvo un diseño de investigación transversal debido a que los datos fueron recogidos en un solo momento y en un tiempo determinado.

3.2. Área y línea de investigación

Gestión - Administración

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) "una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones" (p. 174). Es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común. La población total de los colaboradores administrativos en esta universidad particular fue de 235, datos obtenidos a través de la unidad de Personal (2016). Para el estudio se tomó una muestra de 100 personas de área administrativa divididas de la siguiente manera.

Tabla 1

Población

Áreas o Facultades	Nº de Administrativos
Of. de Finanzas	5
Of. de RR.HH	4
Of. Post-grado	2
Dirección Académica	2
Of. De Gestión de Calidad	3
Of. de Internacionales	2
Of. de Relaciones Internacionales	2
Of. de Estadística	2
Of. de Marketing	2
Of. de Imagen Inst.	5
Of. de Grados y Títulos	2
Of. de Secretaría General	4
Of. de T.I	6
Of. de Sistemas Inf.	8

Of. de Profesionalización	5
Of. de Centro Pre	3
Of. Responsabilidad Univ.	2
Of. Bienestar Universitario	3
Of. Logística	4
Of. De Almacén	2
Of. IES	3
Of. Educación Continua	1
Of.Cidaj	2
Of. Informes	3
Facultad de Derecho	3
Facultad de Educación	4
Facultad de Medicina	4
Facultad de Empresariales	4
Facultad de Humanidades	4
Facultad de Ingeniería	4
TOTAL	100

3.3.2. Muestra y muestreo

3.3.2.1. Muestra

“La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.175)

Luego de haber realizado la aplicación de la fórmula de población finita, la muestra obtenida fue de 100 colaboradores.

Por lo tanto, se estimó:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

N = 235

P = 0.8

q = 0.2

Z = 1.65

e = 0.05

Luego de la aplicación de la fórmula la muestra resulto de 100 colaboradores.

3.3.2.2. Muestreo

El muestreo aleatorio simple (M.A.S.) es la técnica de muestreo en la que todos los elementos que forman el universo y que, por lo tanto, están descritos en el marco muestral, tienen idéntica probabilidad de ser seleccionados para la muestra. Sería algo así como hacer un sorteo justo entre los individuos del universo: se asigna a cada persona un boleto con un número correlativo, se introduce los números en una urna y se empieza a extraer al azar boletos. Todos los individuos que tengan un número extraído de la urna formarían la muestra. (Netquest, 2015).

3.4. Operacionalización de variables

Tabla 2

Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Sub-Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Valores hacia el trabajo	Apertura al cambio	Apertura al cambio	Individualismo	CUESTIONARIO
			Creatividad	
			Superación	
		Estimulación	Emprendedor	
			Proactividad	
			Competitividad	
	Hedonismo		Confort	
			Laboriosidad	
			Sociable	
	Auto-promoción	Logro	Éxito	
			Ejemplar	
			Reconocimiento	
		Autoridad	Autoritarismo	
			Superioridad	
			Materialista	
	Auto trascender	Universalismo	Solidaridad	
			Humanitarismo	
			Igualdad	
		Benevolencia	Altruismo	
			Veracidad	
			Lealtad	
	Conservación	Conformidad	Disciplinado	
			Sensatez	
			Amabilidad	
		Tradición	Rutinario	
			Respeto	
			Sistematizado	
Seguridad		Estabilidad		
		Integridad		
		Integración		

3.5. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

El método desarrollado estuvo bajo el modelo de EVAT 30, planteado por Schwartz (1992); la investigación se llevó a cabo en tres fases sucesivas. La primera fase consistió en revisar la distribución de los ítems que integran el cuestionario a través de la media y desviación típica. Una vez identificadas cada ítem se procedió al análisis de la validez de estructura del constructo. Se tomaron las sugerencias y opiniones de especialistas en el tema, pues como el instrumento ya ha sido validado anteriormente, sólo se procedió a su revisión.

El método de consistencia interna basado en el alfa de Cronbach permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems que se espera que midan el mismo constructo o dimensión teórica.

La validez de un instrumento se refiere al grado en que el instrumento mide aquello que pretende medir.

Y la fiabilidad de la consistencia interna del instrumento se puede estimar con el alfa de Cronbach. La medida de la fiabilidad mediante el alfa de Cronbach asume que los ítems (medidos en escala tipo Likert) miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados (Welch & Comer, 1988).

Como criterio general, George y Mallery (2003, p. 231) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa $>.9$ es excelente
- Coeficiente alfa $>.8$ es bueno
- Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable

- Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable
- Coeficiente alfa $>.5$ es pobre
- Coeficiente alfa $<.5$ es inaceptable

Se realizó el análisis por cada una de las dimensiones, obteniendo:

- Apertura al Cambio

Tabla 3

Apertura al Cambio: *Resumen de procesamiento de casos*

		N	%
Casos	Válido	100	28,0
	Excluido	257	72,0
	Total	357	100,0

Tabla 4

Apertura al Cambio: *Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,787	9

La validación de esta dimensión, muestra que los resultados del análisis de los ítems, reflejan la fiabilidad de ésta. Luego de análisis, se obtuvo un total de ,787; esto demuestra que la validación es aceptable.

- Auto-trascender

Tabla 5

Auto-trascender: Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	100	28,0
	Excluido	257	72,0
	Total	357	100,0

Tabla 6

Auto-trascender: Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,829	6

La validación de esta dimensión, muestra que los resultados del análisis de los ítems, reflejan la fiabilidad de ésta. Luego de análisis, se obtuvo un total de ,829; esto demuestra que la validación es buena.

- Conservación

Tabla 7

Conservación: Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	100	28,0
	Excluido	257	72,0
	Total	357	100,0

La validación de esta dimensión, muestra que los resultados del análisis de los ítems, reflejan la fiabilidad de ésta. Luego de análisis, se obtuvo un total de ,364; esto demuestra que la validación es inaceptable. Por lo que se pudo comprender, los encuestados al leer las preguntas del cuestionario mostraban confusión en la denominación de la escala de Likert. Se decide continuar con la investigación de la dimensión pues el modelo ya está establecido.

La segunda fase constó del levantamiento de información a los colaboradores de esta universidad privada a través de medios físicos y virtuales (google drive), las visitas se realizaron en sus ambientes de trabajo para una mejor explicación del objetivo del estudio.

Por último, la tercera fase del análisis consistió en un estudio de los resultados obtenidos a través del instrumento empleado.

En esta investigación, los datos se recolectaron por medio de los siguientes métodos:

- a) Encuesta: se utilizó una encuesta estructurada que consta de 30 ítems; esta evaluación y calificación se llevó a cabo por medio de una escala tipo Likert sin expresión numérica y con 5 anclajes: Se parece mucho a mí, Se parece a mí, Se parece algo a mí, Se parece muy poco a mí, No se parece en nada a mí. El uso de una escala tipo Likert no manifiesta para el individuo en el instrumento reduce al máximo el trabajo cognitivo de tener que realizar una asociación biunívoca entre una percepción de grado de parecido y un número natural.

En definitiva, el instrumento rescata las ventajas de la técnica proyectiva en su formato y utiliza las cualidades del auto informe y la escala tipo Likert empleada en la gran mayoría de instrumentos que miden actitudes.

El cuestionario estuvo integrado por 30 ítems, tres ítems para cada tipología de valor de orden superior. Este número de ítems permitió tener un margen amplio para elegir sólo aquellos ítems que lograran alcanzar una validez de estructura satisfactoria y una fiabilidad aceptable dada la naturaleza del constructo.

3.6. Técnica de procesamiento de datos

Hernández, Fernández y Baptista (2010) sostienen que debido al amplio volumen de datos que se generen, estos deben encontrarse muy bien organizados. Así mismo, de tener datos escritos, por ejemplo, anotaciones escritas a mano y documentos, se procederá a copiar las anotaciones en un procesador de texto y archivarlos, en este caso fue a través del programa SPSS19.

IV. RESULTADOS

Tabla 11

Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	M	51	51,0	51,0	51,0
	F	49	49,0	49,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

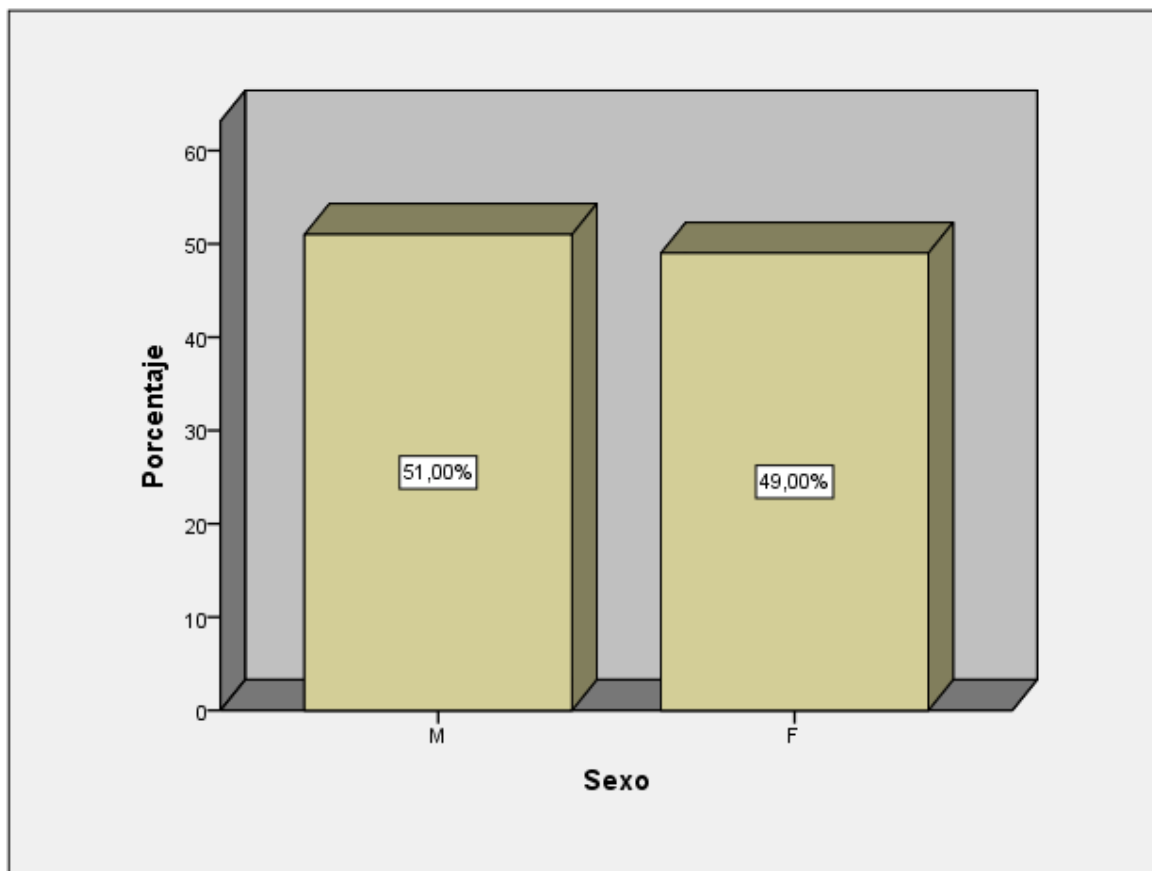


Figura 3. Sexo.

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio encuestada se obtuvo que el 51% son varones frente a un 49% de mujeres. Esto puede explicar que hay una igualdad de oportunidades de trabajo para ambos sexos, entendiendo quizás la naturaleza propia de la Universidad en estudio.

Tabla 12

Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 30	45	45,0	45,0	45,0
	De 30 a 39 años	26	26,0	26,0	71,0
	De 40 a 49 años	5	5,0	5,0	76,0
	Más de 50 años	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

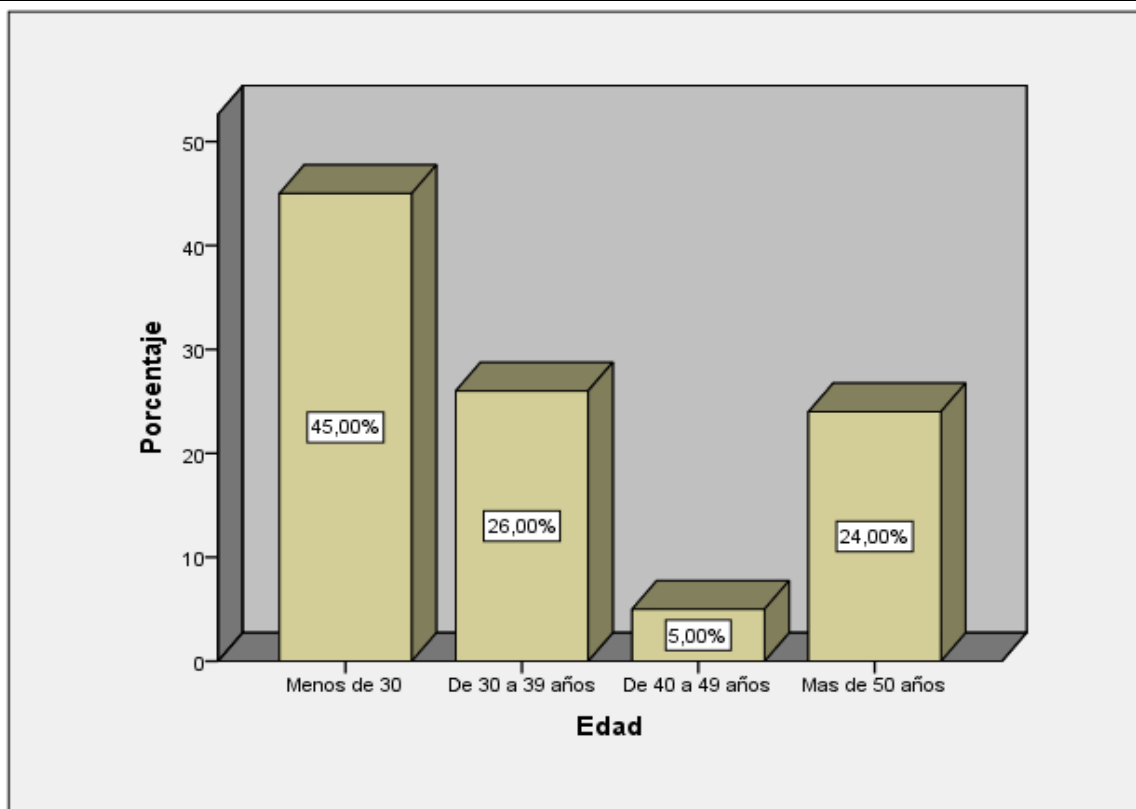


Figura 4. Edad

Del total de la población administrativa encuestada se observa que el mayor porcentaje es del 45% que tienen menos de 30 años con respecto a los de 30 a 39 años que obtuvo un 26% casi equivalente a los de más de 50 años que obtuvieron

24%, siendo el porcentaje más bajo los de 40 a 49 años que se obtuvo un 5%. Lo que demuestra que la universidad en estudio no tiene como requisito para trabajar en su institución la experiencia laboral, sino busca desarrollar jóvenes talento en su institución.

Tabla 13

Estado Civil

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Soltero (a)	54	54,0	54,0	54,0
	Casado (a)	41	41,0	41,0	95,0
	Viudo (a)	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

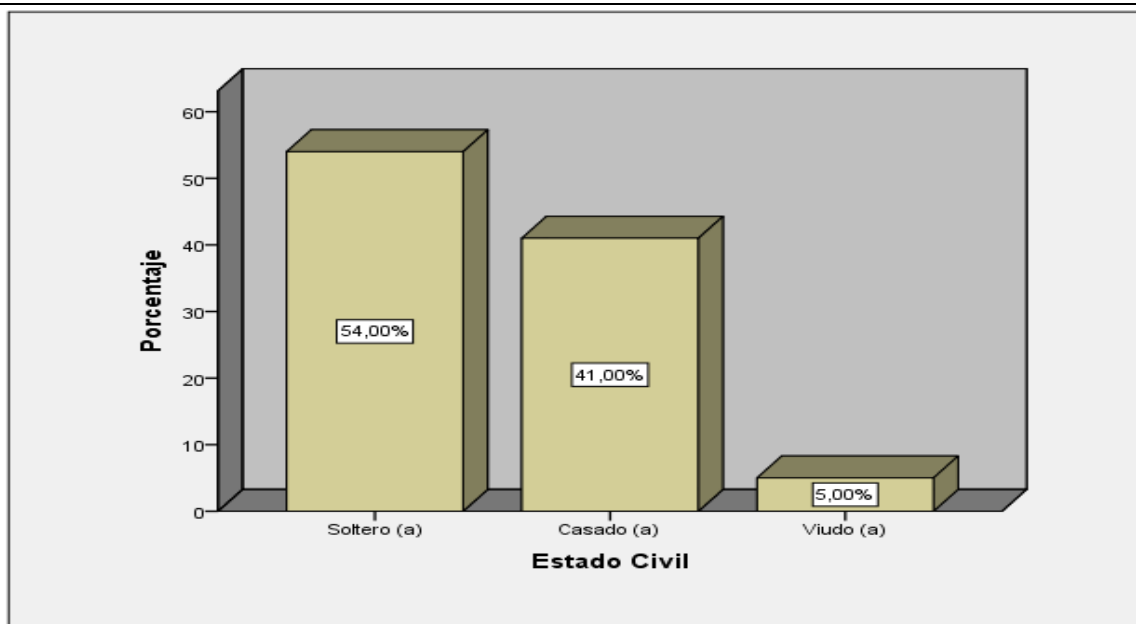


Figura 5. Estado Civil

Del total de la población de trabajadores administrativos encuestados se obtuvo un 54% con estado civil soltero, un 41% con estado civil casado y un 5% con estado civil viudo, lo que demuestra que la universidad en estudio al tener más del

50% de su personal administrativo menor de 30 años sería un indicativo con el resultado del estado civil.

Tabla 14

Carga Familiar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No tengo hijos	54	54,0	54,0	54,0
	1 hijo	22	22,0	22,0	76,0
	2 hijos	9	9,0	9,0	85,0
	3 hijos a más	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

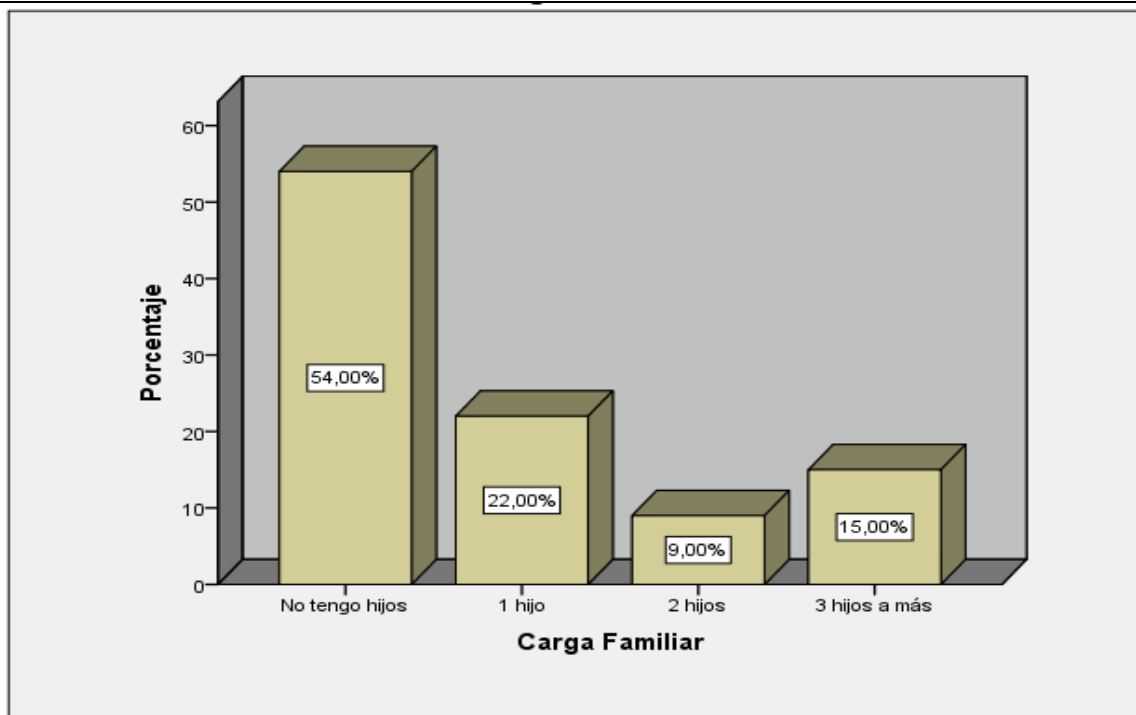


Figura 6. Carga Familiar

Del total de los colaboradores administrativos de la universidad en estudio se obtuvieron los siguientes resultado un 54% de trabajadores que no tienen hijos, el 22% de trabajadores que tienen 1 hijo, el 9% tienen 2 hijos y el 15% tiene más de 3

hijos, lo que corroboraría la igualdad del 54% del anterior resultado del gráfico de estado civil soltero con el de no tiene hijos, también se aprecia que la universidad en estudio no discrimina al personal que tiene hijos porque el 15% tienen más de 3 hijos frente al de 9% que tienen 2 hijos.

Tabla 15

Tiempo en la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 1 años	28	28,0	28,0	28,0
	De 1 a 3 años	12	12,0	12,0	40,0
	De 3 a 5 años	12	12,0	12,0	52,0
	Más de 5 años	48	48,0	48,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

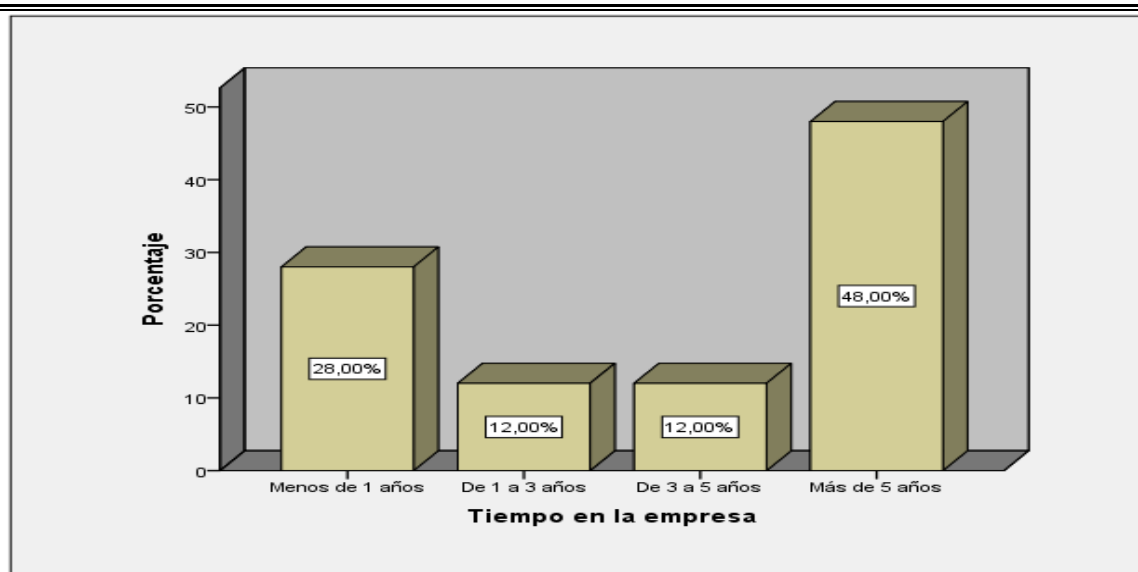


Figura 7. Tiempo en la empresa

Del total de la población administrativa de la Universidad en estudio se obtuvo un 48% de colaboradores que tienen más de 5 años de tiempo en la empresa lo que se entiende que cuentan con un contrato indeterminado y sería la razón por la cual los trabajadores tienen un alto índice de porcentaje en la dimensión de

conservación al igual que los que tienen el 12% de 3 a 5 años de tiempo en la empresa. Se observa también que el 28% de colaboradores administrativos cuentan con menos de un año de tiempo en la empresa lo que se entendería que cuentan con un contrato renovable al igual que los que obtuvieron el 12% de 1 a 3 años de tiempo en la empresa.

Tabla 16

Prefiere siempre trabajar solo(a), no le gusta tomar decisiones junto con otras personas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se parece en nada a mi	37	37,0	37,0	37,0
	Se parece muy poco a mi	39	39,0	39,0	76,0
	Se parece algo a mi	15	15,0	15,0	91,0
	Se parece a mi	7	7,0	7,0	98,0
	Se parece mucho a mi	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

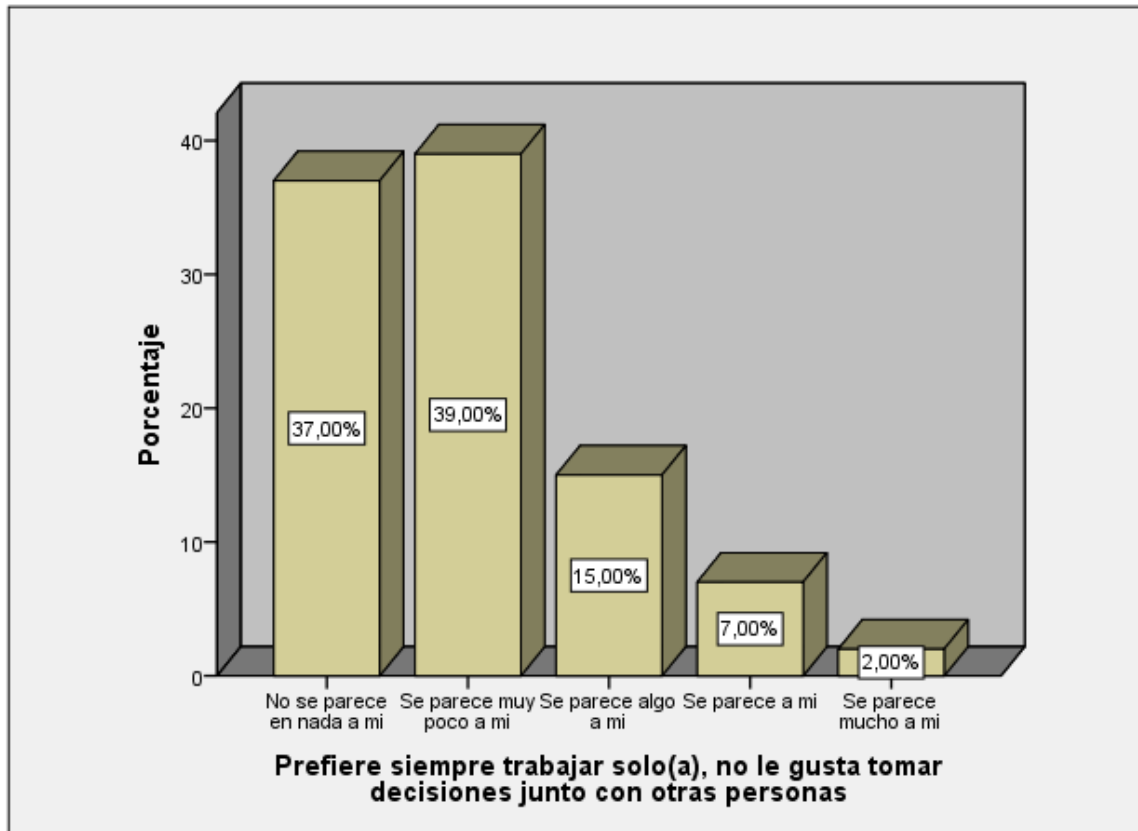


Figura 8. Prefiere siempre trabajar solo(a), no le gusta tomar decisiones junto con otras personas

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Individualismo se obtuvieron los siguientes resultados: el 37% “No se parece nada a mi” con un grado muy bajo, el 39% “Se parece muy poco a mi” con un grado bajo, el 15% “Se parece algo a mi” con un grado medio, el 7% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 2% “Se parece mucho a mi” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio más de las tres cuartas partes de los colaboradores administrativos encuestados prefieren trabajar en equipo que de forma individual, esto repercute en la dimensión de Apertura al Cambio de forma positiva.

Tabla 17

Tener dinero para cubrir sus gastos y los de su familia, es su principal preocupación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se parece en nada a mi	6	6,0	6,0	6,0
	Se parece muy poco a mi	13	13,0	13,0	19,0
	Se parece algo a mi	33	33,0	33,0	52,0
	Se parece a mi	21	21,0	21,0	73,0
	Se parece mucho a mi	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

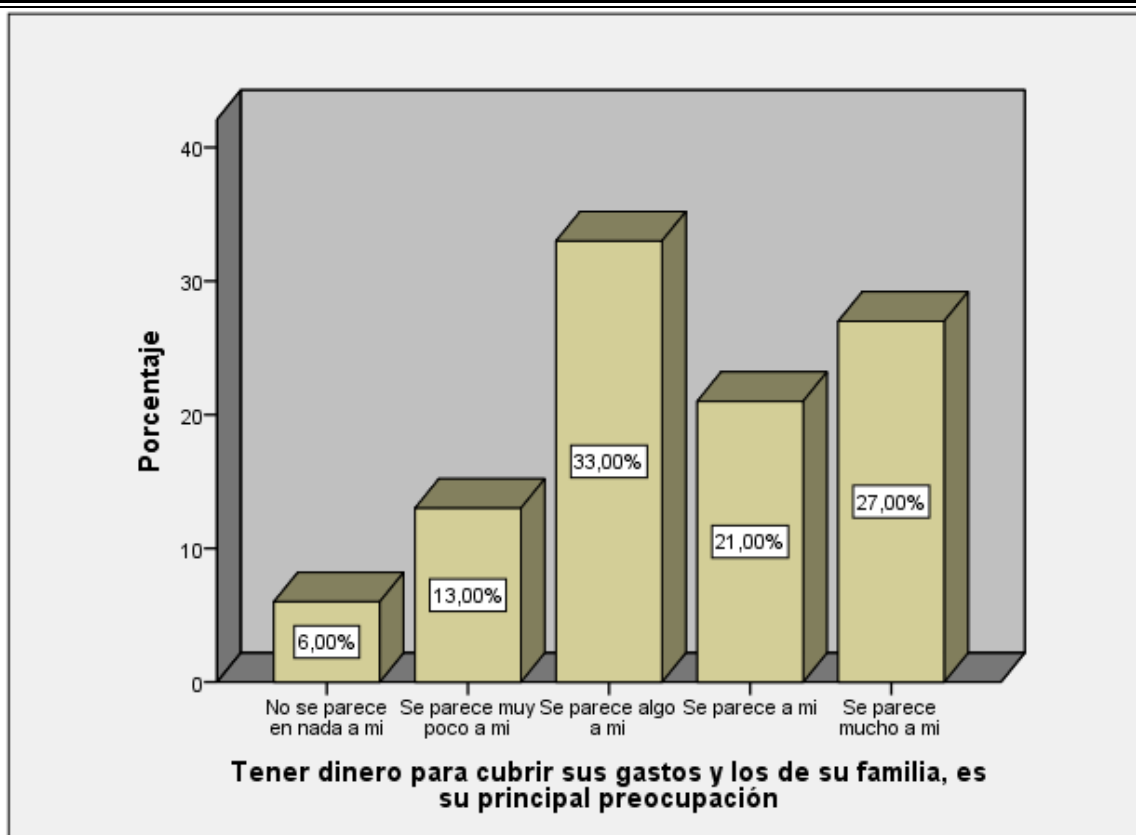


Figura 9. Tener dinero para cubrir sus gastos y los de su familia, es su principal preocupación

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Estabilidad se obtuvieron los siguientes resultados: el 6% “No se parece nada a mi” con un grado muy bajo, el 13% “Se parece muy poco a mi” con un grado bajo, el 33% “Se parece algo a mi” con un grado medio, el 21% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 27% “Se parece mucho a mi” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio casi la mitad de los colaboradores administrativos encuestados se preocupan por tener estabilidad laboral, sin embargo la otra mitad muestra una parte indica que es mínima y la otra esta indecisa sobre esta preocupación y esto tiene que ver con el tiempo de permanencia en la empresa, esto repercute en la dimensión de Conservación de forma positiva.

Tabla 18

Siempre está ayudando a los demás empleados, aún sin conocerlos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se parece algo a mi	16	16,0	16,0	16,0
	Se parece a mi	66	66,0	66,0	82,0
	Se parece mucho a mi	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

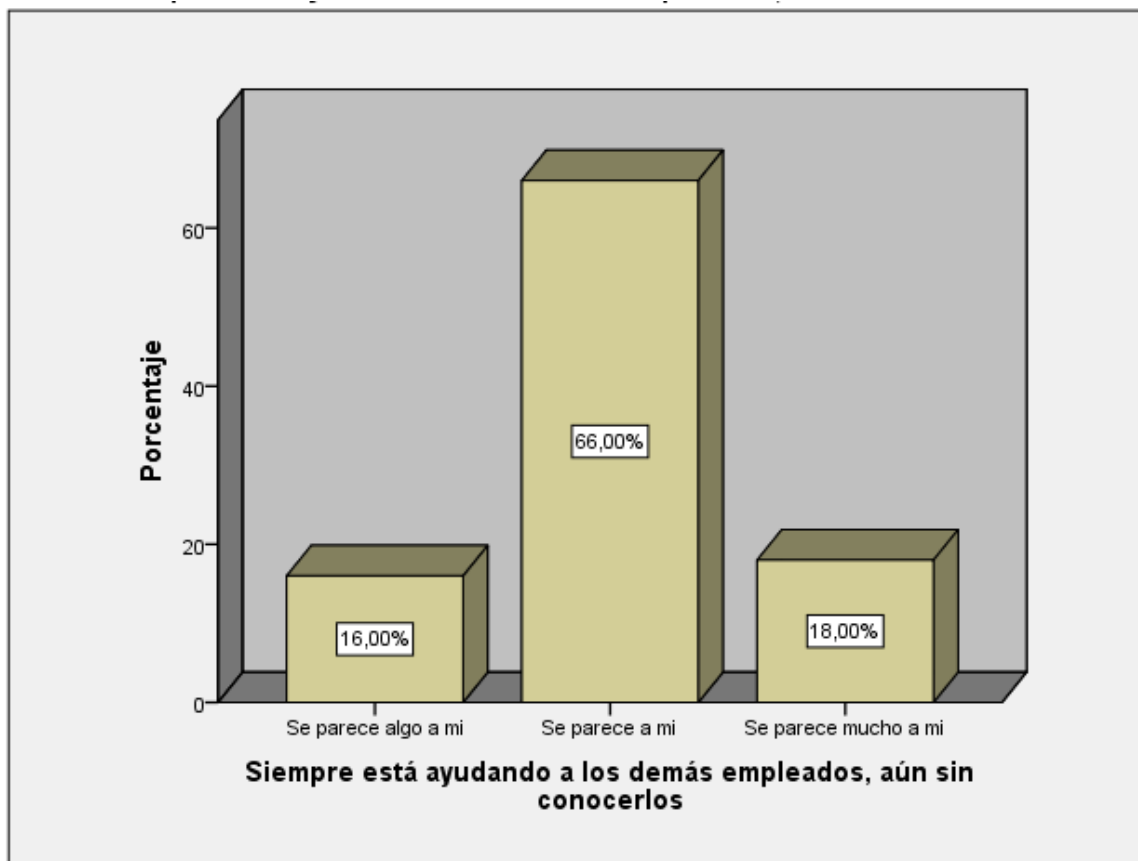


Figura 10. Siempre está ayudando a los demás empleados, aún sin conocerlos

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Solidaridad se obtuvieron los siguientes resultados: el 16% "Se parece algo a mi" con un grado medio, el 66% "Se parece a mí" con un grado alto, y el 18% "Se parece mucho a mi" con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio los colaboradores administrativos en más de las tres cuartas partes de su población encuestada son solidarios con las personas de su alrededor, esto repercute en la dimensión de Auto-trascender de forma positiva.

Tabla 19

A él (ella), le gusta manejar a la gente, le gusta que otros hagan lo que él (ella) quiere que hagan

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se parece en nada a mi	36	36,0	36,0	36,0
	Se parece muy poco a mi	50	50,0	50,0	86,0
	Se parece algo a mi	13	13,0	13,0	99,0
	Se parece a mi	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

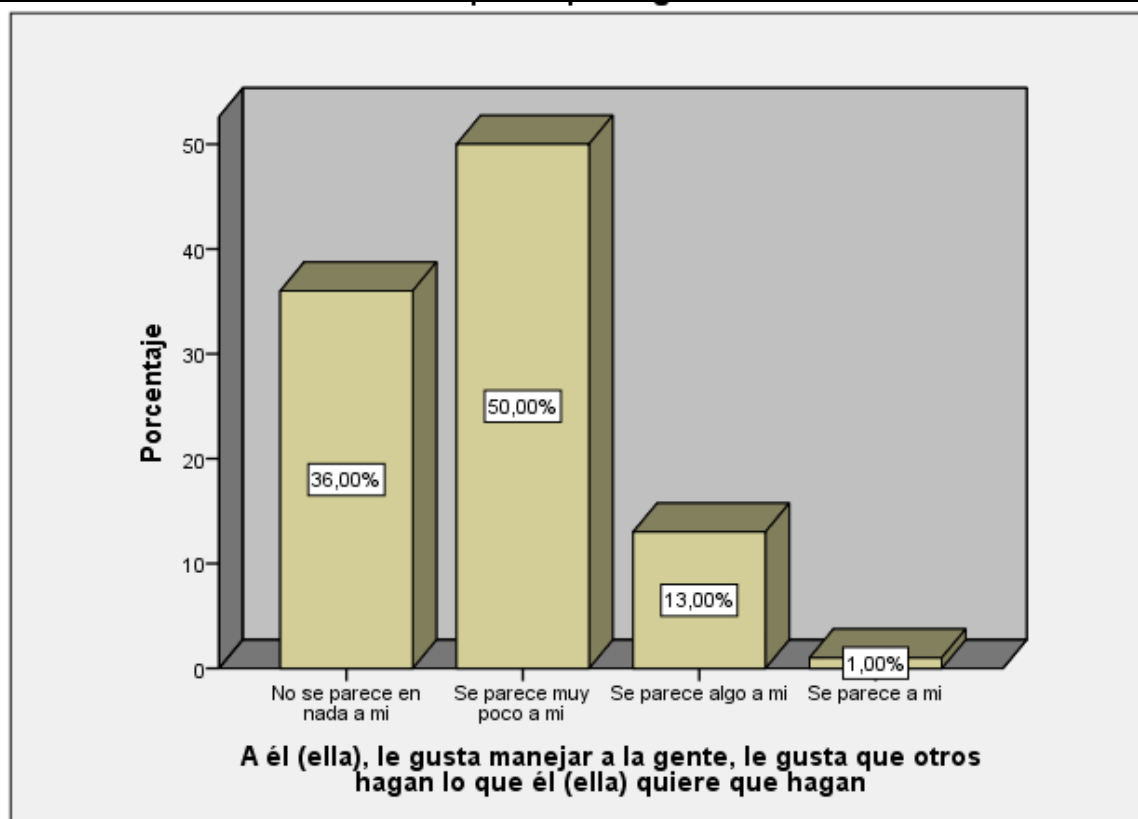


Figura 11. A él (ella), le gusta manejar a la gente, le gusta que otros hagan lo que él (ella) quiere que hagan

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Autoritarismo se obtuvieron los siguientes

resultados: el 36% “No se parece nada a mi” con un grado muy bajo, el 50% “Se parece muy poco a mi” con un grado bajo, el 13% “Se parece algo a mi” con un grado medio y el 1% “Se parece a mí” con un grado alto, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio los colaboradores administrativos en más de las tres cuartas partes de su población encuestada no son Autoritarios, esto repercute en la dimensión de Auto-promoción de forma positiva.

Tabla 20

Para él (ella), es muy importante el bienestar de la gente que conforma su equipo de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se parece muy poco a mi	5	5,0	5,0	5,0
	Se parece algo a mi	10	10,0	10,0	15,0
	Se parece a mi	48	48,0	48,0	63,0
	Se parece mucho a mi	37	37,0	37,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

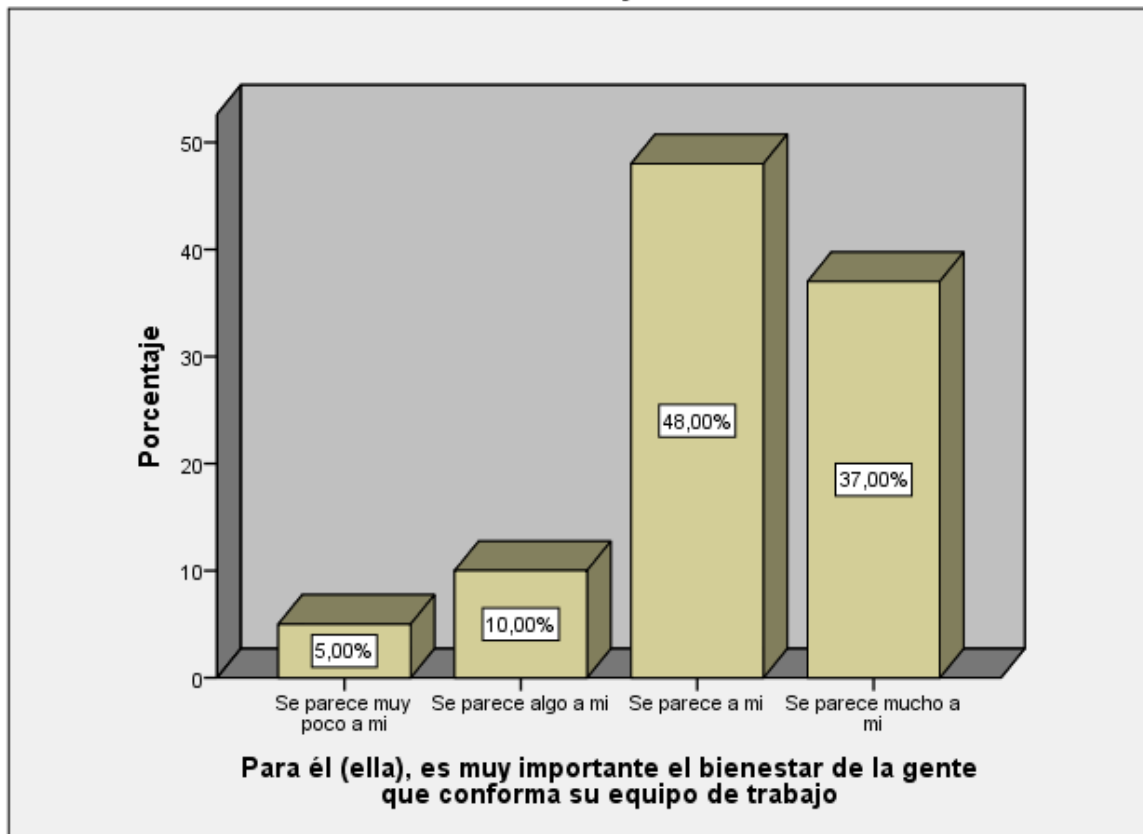


Figura 12. Para él (ella), es muy importante el bienestar de la gente que conforma su equipo de trabajo

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Altruismo se obtuvieron los siguientes resultados: el 5% “Se parece muy poco a mi” con un grado bajo, el 10% “Se parece algo a mi” con un grado medio, el 48% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 37% “Se parece mucho a mi” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio los colaboradores administrativos en tres cuartas partes de la población encuestada son Altruistas, esto repercute en la dimensión de Auto-trascender de forma positiva.

Tabla 21

Él (Ella) busca siempre sobresalir y ser exitoso(a) frente a los demás

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se parece en nada a mi	9	9,0	9,0	9,0
	Se parece muy poco a mi	28	28,0	28,0	37,0
	Se parece algo a mi	24	24,0	24,0	61,0
	Se parece a mi	37	37,0	37,0	98,0
	Se parece mucho a mi	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

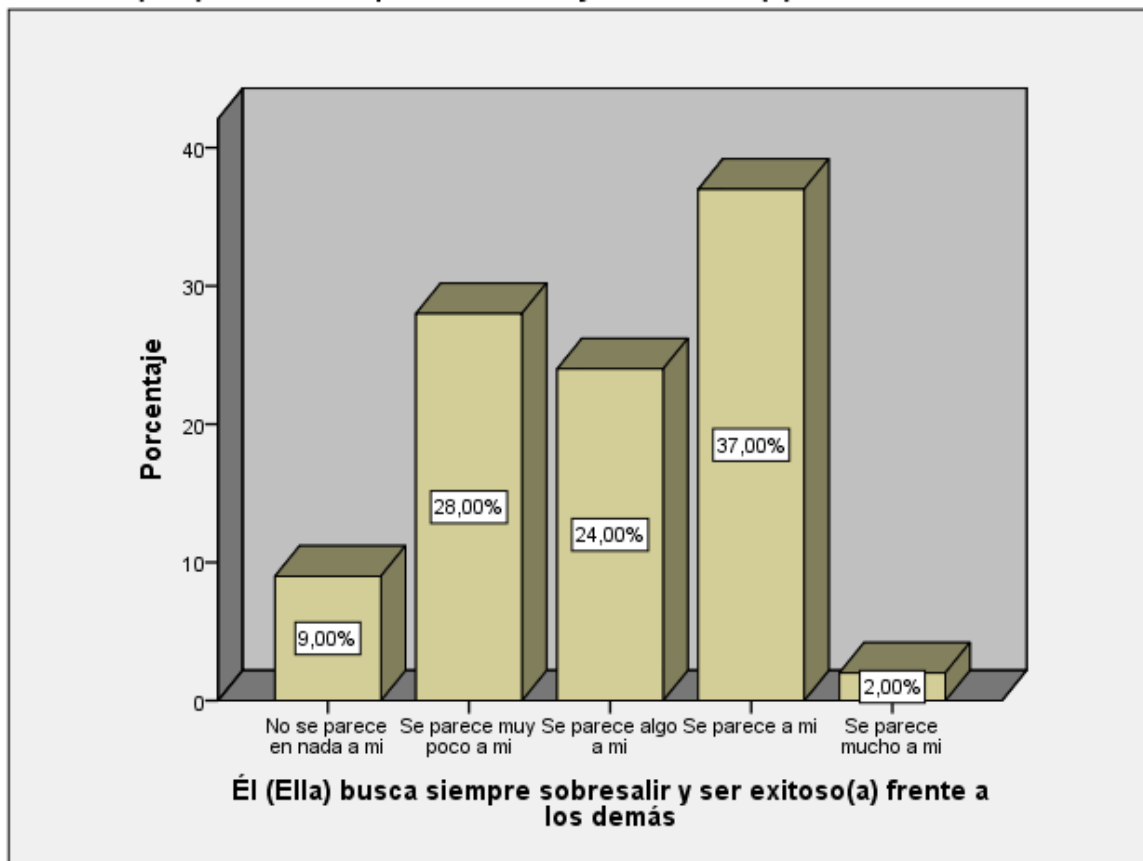


Figura 13. *Él (Ella) busca siempre sobresalir y ser exitoso(a) frente a los demás*

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Exitoso se obtuvieron los siguientes resultados: el 9% “No se parece nada a mi” con un grado muy bajo, el 28% “Se parece muy poco a mi” con un grado bajo, el 24% “Se parece algo a mi” con un grado medio, el 37% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 2% “Se parece mucho a mi” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio más de la cuarta parte de los colaboradores administrativos encuestados no son o no quieren ser Exitosos y la otra cuarta parte están indecisos, esto repercute en la dimensión de Auto-promoción de forma negativa.

Tabla 22

No le gusta hacer cosas que otros no hagan, siempre se guía por lo que otros hacen

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se parece en nada a mi	53	53,0	53,0	53,0
	Se parece muy poco a mi	27	27,0	27,0	80,0
	Se parece algo a mi	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

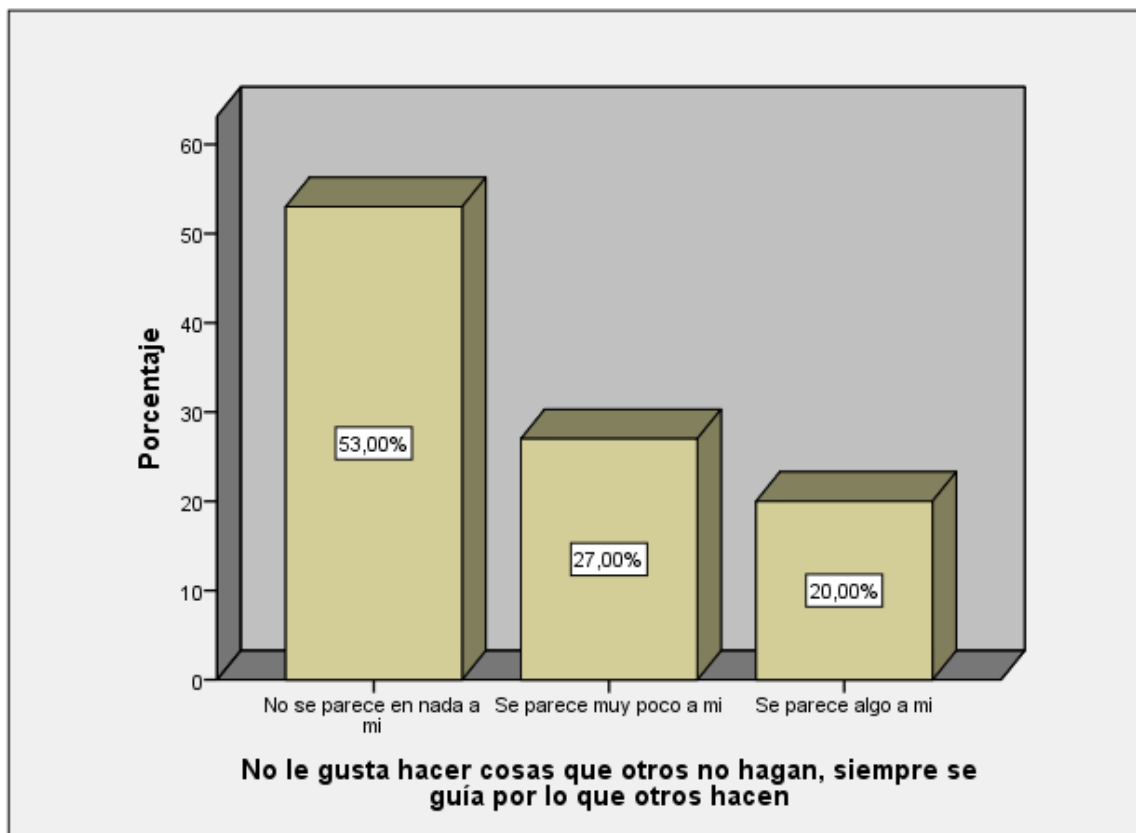


Figura 14. No le gusta hacer cosas que otros no hagan, siempre se guía por lo que otros hacen

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Rutinario se obtuvieron los siguientes resultados: 53% “No se parece nada a mi” con un grado muy bajo, el 27% “Se parece muy poco a mi” con un grado bajo y el 20% “Se parece algo a mi” con un grado medio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio más de la mitad de los colaboradores administrativos encuestados no siguen rutinas y más de la cuarta parte están indecisos con un grado medio, esto repercute en la dimensión de Conservación de forma negativa.

Tabla 23

Para él (ella), un buen horario, y un lugar cercano y cómodo son factores muy importantes que debe tener un trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se parece en nada a mi	7	7,0	7,0	7,0
	Se parece muy poco a mi	33	33,0	33,0	40,0
	Se parece algo a mi	14	14,0	14,0	54,0
	Se parece a mi	39	39,0	39,0	93,0
	Se parece mucho a mi	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

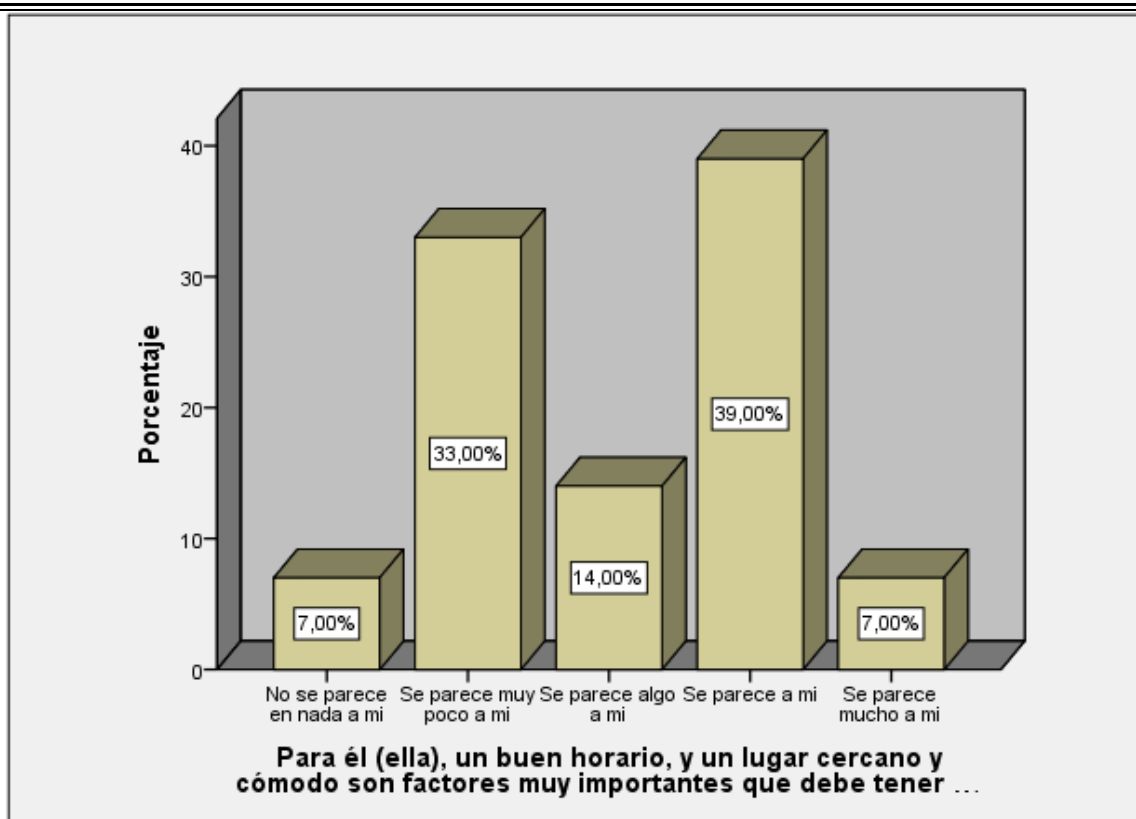


Figura 15. Para él (ella), un buen horario, y un lugar cercano y cómodo son factores muy importantes que debe tener un trabajo

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Confort se obtuvieron los siguientes resultados: el 7% “No se parece en nada a mi” con un grado muy bajo, el 33% “Se parece muy poco a mi” con un grado bajo, el 14% “Se parece algo a mi” con un grado medio, el 39% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 7% “Se parece mucho a mi” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio no supera a más de la mitad de los colaboradores administrativos encuestados que sientan el factor de Confort en el trabajo, esto repercute en la dimensión de Apertura al Cambio de forma negativa.

Tabla 24

Es enemigo(a) de la monotonía, siempre busca nuevas actividades o proyectos para darle variedad a su trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se parece muy poco a mi	9	9,0	9,0	9,0
	Se parece algo a mi	22	22,0	22,0	31,0
	Se parece a mi	45	45,0	45,0	76,0
	Se parece mucho a mi	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

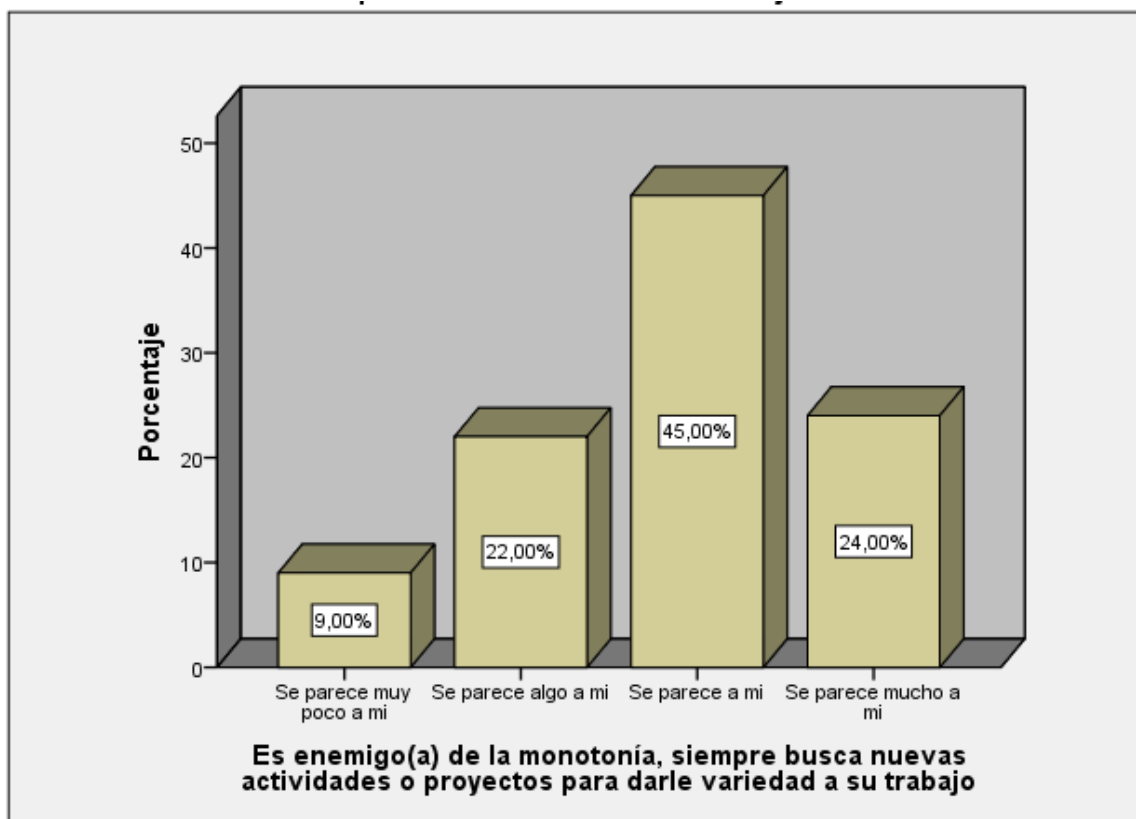


Figura 16. Es enemigo(a) de la monotonía, siempre busca nuevas actividades o proyectos para darle variedad a su trabajo

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Emprendedor se obtuvieron los siguientes resultados: el 9% “Se parece muy poco a mi” con un grado bajo, el 22% “Se parece algo a mi” con un grado medio, el 45% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 24% “Se parece mucho a mi” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio casi las tres cuartas partes de los colaboradores administrativos encuestados son Emprendedores, esto repercute en la dimensión de Apertura al Cambio de forma positiva.

Tabla 25

Siempre sigue las reglas y procedimientos en su trabajo, tal y como si fuera un reloj

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se parece en nada a mi	9	9,0	9,0	9,0
	Se parece muy poco a mi	26	26,0	26,0	35,0
	Se parece algo a mi	32	32,0	32,0	67,0
	Se parece a mi	24	24,0	24,0	91,0
	Se parece mucho a mi	9	9,0	9,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

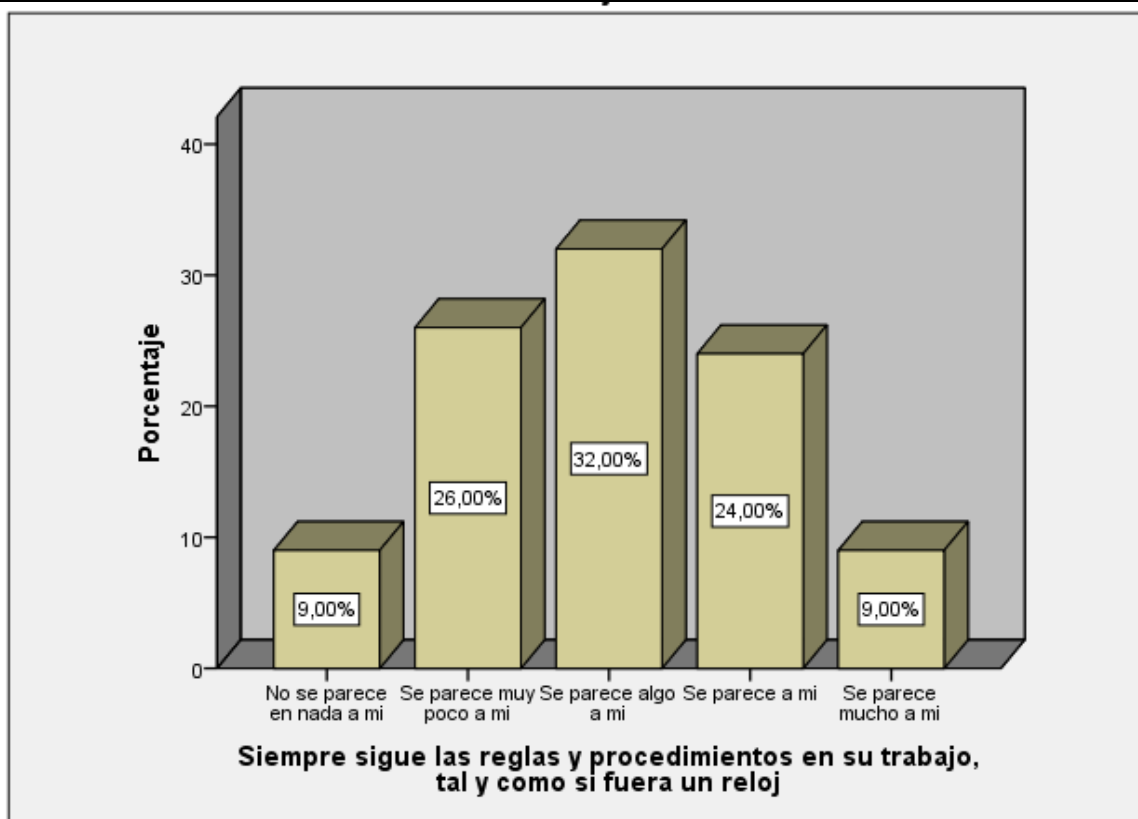


Figura 17. Siempre sigue las reglas y procedimientos en su trabajo, tal y como si fuera un reloj

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Disciplina se obtuvieron los siguientes resultados: el 9% “No se parece en nada a mi” con un grado muy bajo, el 26% “Se parece muy poco a mi” con un grado bajo, el 32% “Se parece algo a mi” con un grado medio, el 24% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 9% “Se parece mucho a mi” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio más de la cuarta parte de los colaboradores administrativos encuestados que no tienen disciplina en el trabajo por otro lado más de la cuarta parte se encontraron indecisos con un nivel medio, esto repercute en la dimensión de Conservación de forma negativa.

Tabla 26

Él (Ella), es un(a) empleado(a) inquieto(a), siempre está buscando nuevas formas para hacer mejor su trabajo, es un(a) perfeccionista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se parece en nada a mi	4	4,0	4,0	4,0
	Se parece muy poco a mi	24	24,0	24,0	28,0
	Se parece algo a mi	23	23,0	23,0	51,0
	Se parece a mi	41	41,0	41,0	92,0
	Se parece mucho a mi	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

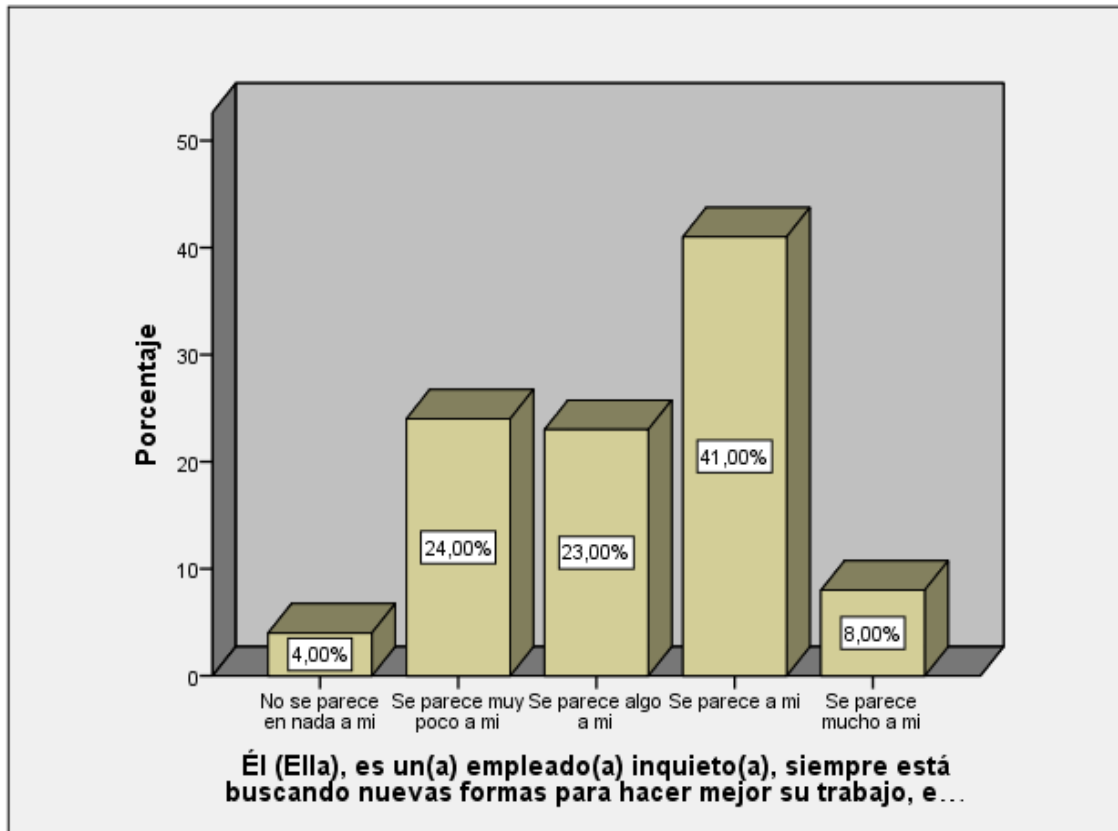


Figura 18. Él (Ella), es un(a) empleado(a) inquieto(a), siempre está buscando nuevas formas para hacer mejor su trabajo, es un(a) perfeccionista

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Creatividad se obtuvieron los siguientes resultados: el 4% “No se parece en nada a mi” con un grado muy bajo, el 24% “Se parece muy poco a mi” con un grado bajo, el 23% “Se parece algo a mí” con un grado medio, el 41% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 8% “Se parece mucho a mi” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio casi la mitad de los colaboradores administrativos encuestados son Creativos pero debe trabajar en los niveles (muy bajo, bajo y medio), esto repercute en la dimensión de Apertura al Cambio de forma positiva.

Tabla 27

Su integridad física y el no dañar su salud, son factores muy importantes para él (ella) en un trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se parece muy poco a mi	11	11,0	11,0	11,0
	Se parece algo a mi	16	16,0	16,0	27,0
	Se parece a mi	43	43,0	43,0	70,0
	Se parece mucho a mi	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

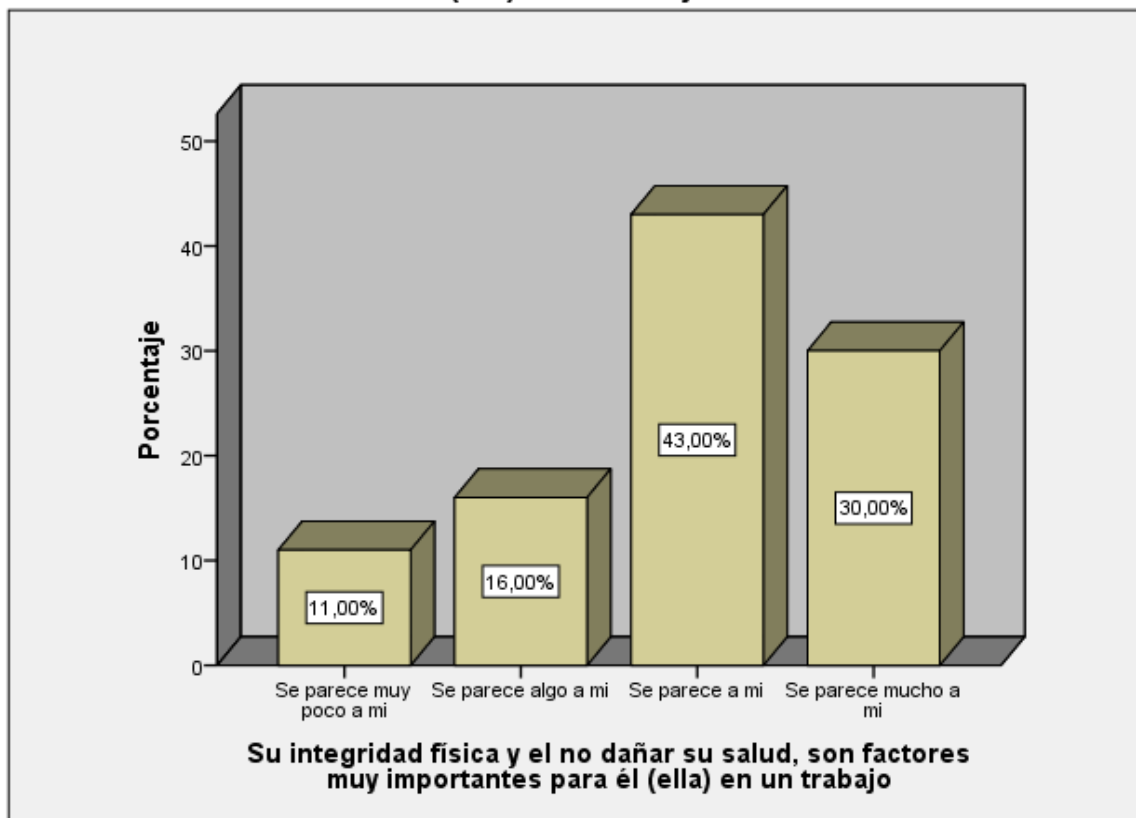


Figura 19. Su integridad física y el no dañar su salud, son factores muy importantes para él (ella) en un trabajo

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Integridad se obtuvieron los siguientes

resultados: el 11% “Se parece muy poco a mi” con un grado bajo, el 16% “Se parece algo a mi” con un grado medio, el 43% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 30% “Se parece mucho a mi” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio las tres cuartas partes de los colaboradores administrativos encuestados cuidan su Integridad sin embargo existe una cifra mínima que indica lo contrario por lo que se debe tener en cuenta, esto repercute en la dimensión conservación de forma positiva..

Tabla 28

El progreso del país y el bienestar de toda la gente es muy importante para él (ella)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se parece en nada a mi	6	6,0	6,0	6,0
	Se parece algo a mi	23	23,0	23,0	29,0
	Se parece a mi	43	43,0	43,0	72,0
	Se parece mucho a mi	28	28,0	28,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

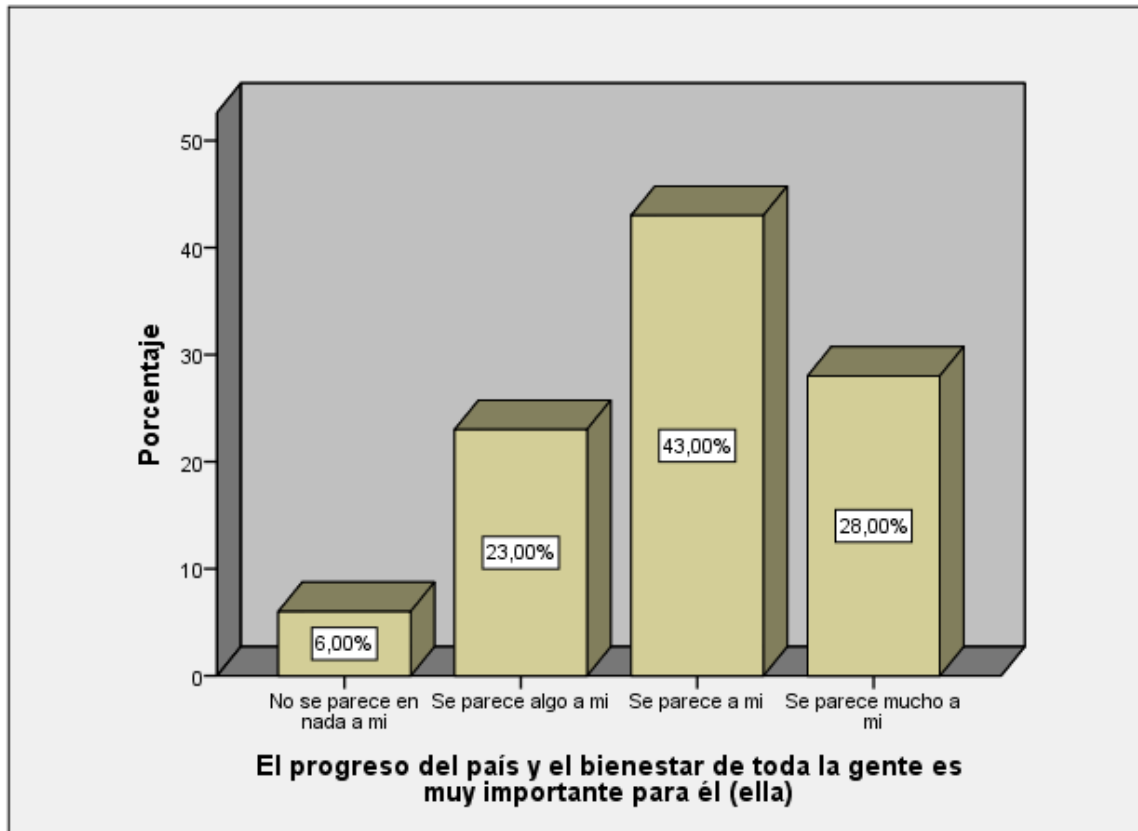


Figura 20. El progreso del país y el bienestar de toda la gente es muy importante para él (ella)

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Humanitarismo se obtuvieron los siguientes resultados: el 6% “No se parece en nada a mi” con un grado muy bajo, el 23% “Se parece algo a mi” con un grado medio, el 43% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 28% “Se parece mucho a mi” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio más de las tres cuartas partes de los colaboradores administrativos encuestados son Humanitarios, esto repercute en la dimensión de Auto-trascender de forma positiva.

Tabla 29

Mantener una imagen de superioridad ante los demás, es su principal preocupación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se parece en nada a mi	36	36,0	36,0	36,0
	Se parece muy poco a mi	43	43,0	43,0	79,0
	Se parece algo a mi	9	9,0	9,0	88,0
	Se parece a mi	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

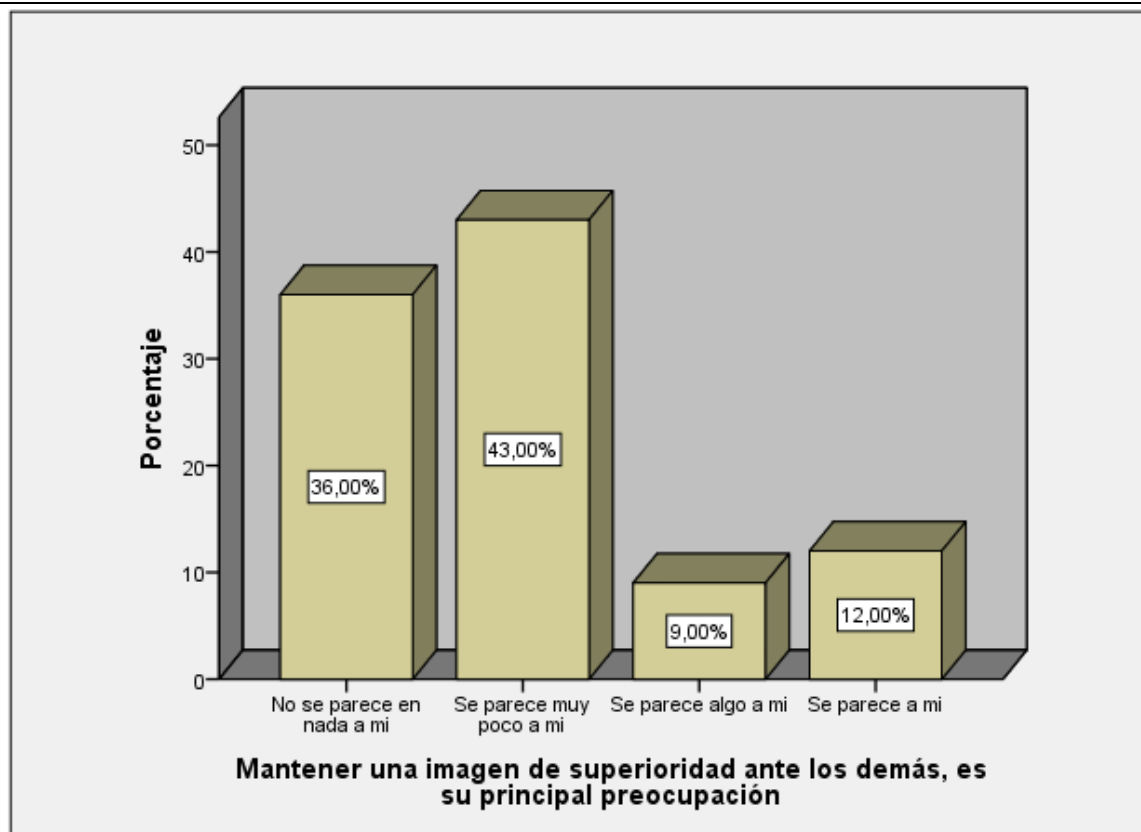


Figura 21. Mantener una imagen de superioridad ante los demás, es su principal preocupación

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Superioridad se obtuvieron los siguientes resultados: el 36% “No se parece en nada a mi” con un grado muy bajo, el 43% “Se parece muy poco a mi” con un grado bajo, el 9% “Se parece algo a mi” con un grado medio y el 12% “Se parece a mí” con un grado alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio más de las tres cuartas partes de los colaboradores administrativos encuestados no sienten Superioridad ante los demás sin embargo existe un porcentaje mínimo en el que se debe trabajar, esto repercute en la dimensión de Auto-promoción de forma positiva.

Tabla 30

Para él (ella) es muy importante ganarse la confianza de sus compañeros de trabajo, siéndoles leales y honesto(a)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se parece muy poco a mi	5	5,0	5,0	5,0
	Se parece algo a mi	25	25,0	25,0	30,0
	Se parece a mi	36	36,0	36,0	66,0
	Se parece mucho a mi	34	34,0	34,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

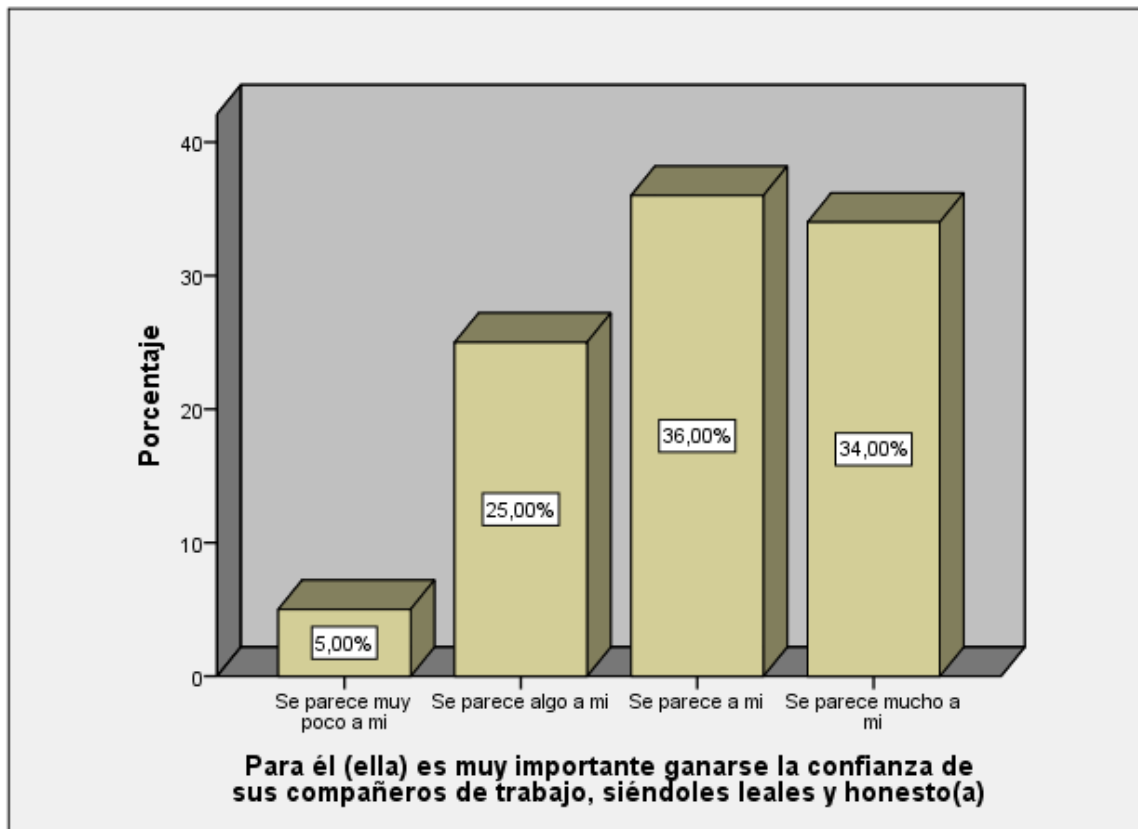


Figura 22. Para él (ella) es muy importante ganarse la confianza de sus compañeros de trabajo, siéndoles leales y honesto(a)

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Veracidad se obtuvieron los siguientes resultados: el 5% “Se parece muy poco a mi” con un grado bajo, el 25% “Se parece algo a mi” con un grado medio, el 36% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 34% “Se parece mucho a mi” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio las tres cuartas partes de los colaboradores administrativos encuestados tienen Veracidad, esto repercute en la dimensión de Auto-trascender de forma positiva.

Tabla 31

Él (Ella) siempre busca ser ejemplo para los demás empleados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se parece muy poco a mi	11	11,0	11,0	11,0
	Se parece algo a mi	20	20,0	20,0	31,0
	Se parece a mi	59	59,0	59,0	90,0
	Se parece mucho a mi	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

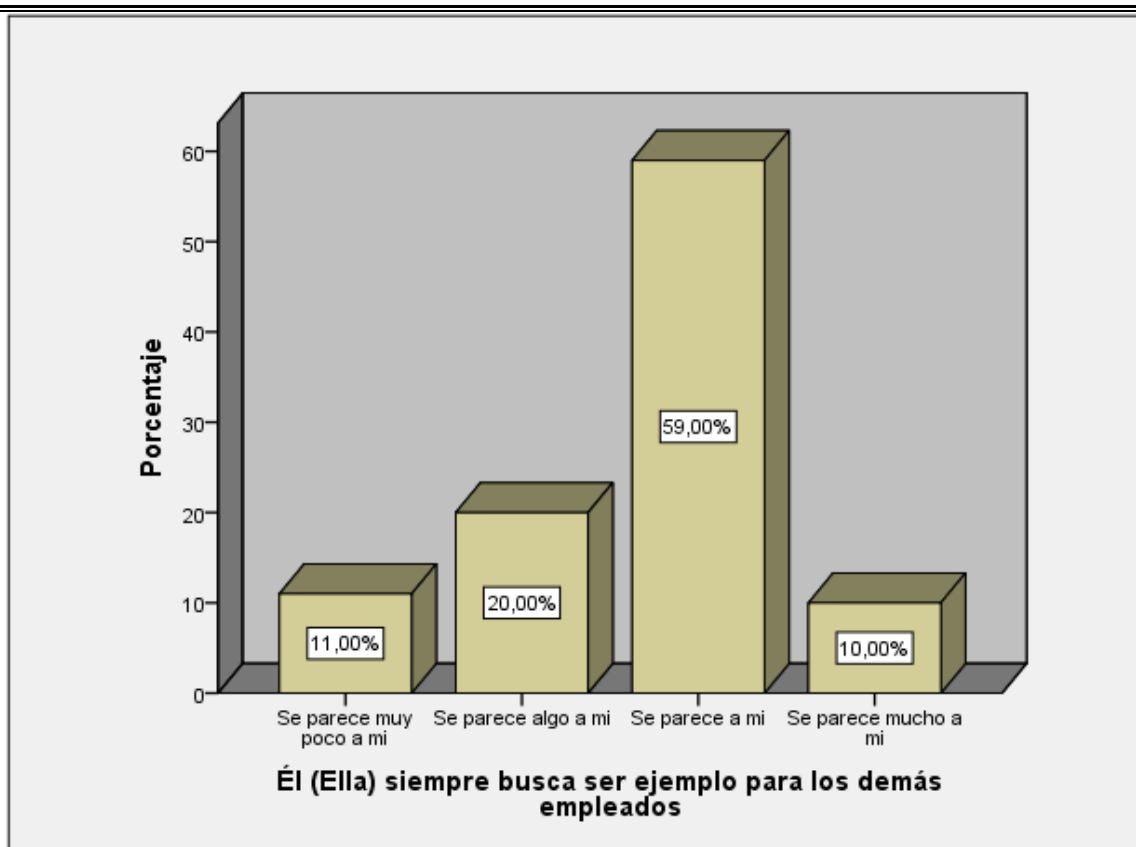


Figura 23. Él (Ella) siempre busca ser ejemplo para los demás empleados

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Ejemplar se obtuvieron los siguientes resultados: el 11% “Se parece muy poco a mi” con un grado bajo, el 20% “Se parece algo a mi” con un grado medio, el 59% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 10% “Se parece mucho a mi” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio casi las tres cuartas partes de los colaboradores administrativos encuestados son personas Ejemplares, esto repercute en la dimensión de Auto-promoción de forma positiva.

Tabla 32

Respetar las costumbres y tradiciones que se siguen en su trabajo, es muy importante para él (ella)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se parece muy poco a mi	6	6,0	6,0	6,0
	Se parece algo a mi	32	32,0	32,0	38,0
	Se parece a mi	50	50,0	50,0	88,0
	Se parece mucho a mi	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

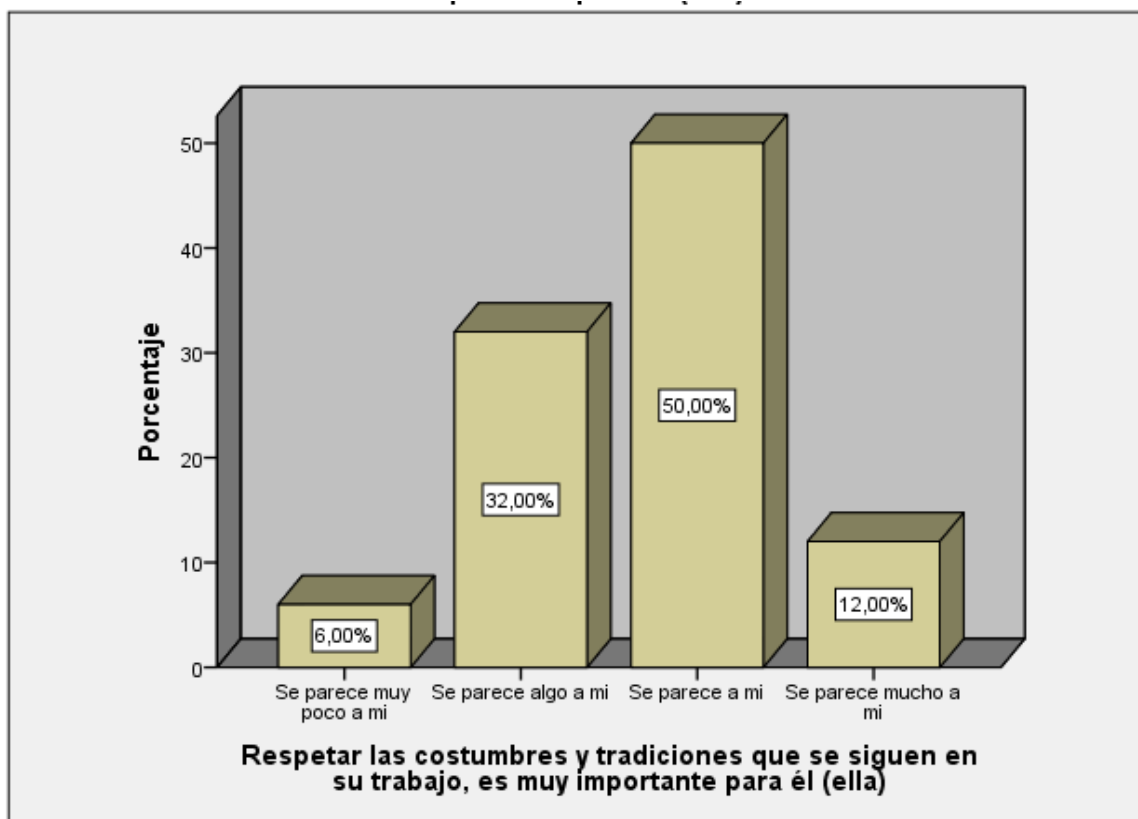


Figura 24. Respetar las costumbres y tradiciones que se siguen en su trabajo, es muy importante para él (ella)

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Respeto se obtuvieron los siguientes resultados: el 6% “Se parece muy poco a mi” con un grado bajo, el 32% “Se parece algo a mi” con un grado medio, el 50% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 12% “Se parece mucho a mi” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio casi las tres cuartas partes de los colaboradores administrativos encuestados tienen Respeto hacia los demás, esto repercute en la dimensión de Conservación de forma positiva.

Tabla 33

Disfruta mucho trabajando, tener una actividad que llene su vida es muy importante para él (ella)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se parece muy poco a mi	6	6,0	6,0	6,0
	Se parece algo a mi	11	11,0	11,0	17,0
	Se parece a mi	44	44,0	44,0	61,0
	Se parece mucho a mi	39	39,0	39,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

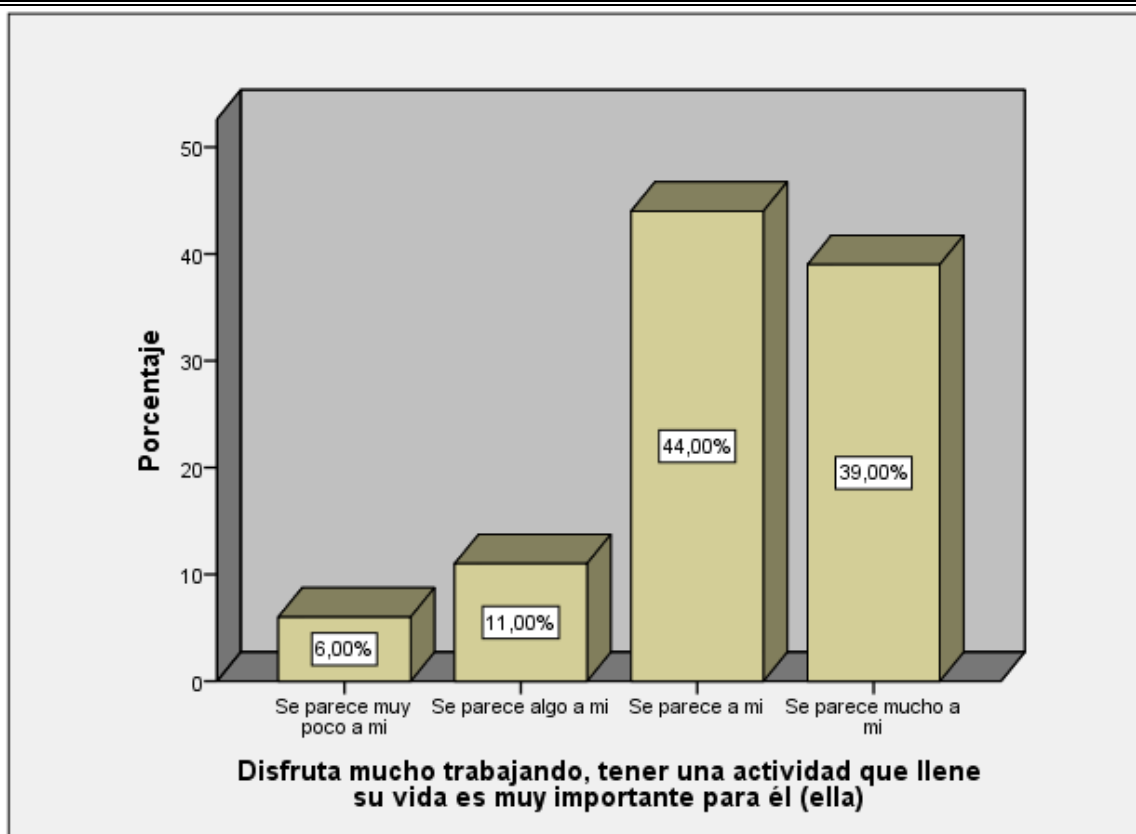


Figura 25. Disfruta mucho trabajando, tener una actividad que llene su vida es muy importante para él (ella)

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Laborioso se obtuvieron los siguientes resultados: el 6% “Se parece muy poco a mi” con un grado bajo, el 39% “Se parece algo a mi” con un grado medio, el 44% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 7% “Se parece mucho a mi” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio las tres cuartas partes de los colaboradores administrativos encuestados son Laboriosos, esto repercute en la dimensión de Apertura al Cambio de forma positiva.

Tabla 34

Es un(a) empleado(a) muy activo(a), contagia energía sólo de verle

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se parece muy poco a mi	11	11,0	11,0	11,0
	Se parece algo a mi	31	31,0	31,0	42,0
	Se parece a mi	41	41,0	41,0	83,0
	Se parece mucho a mi	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

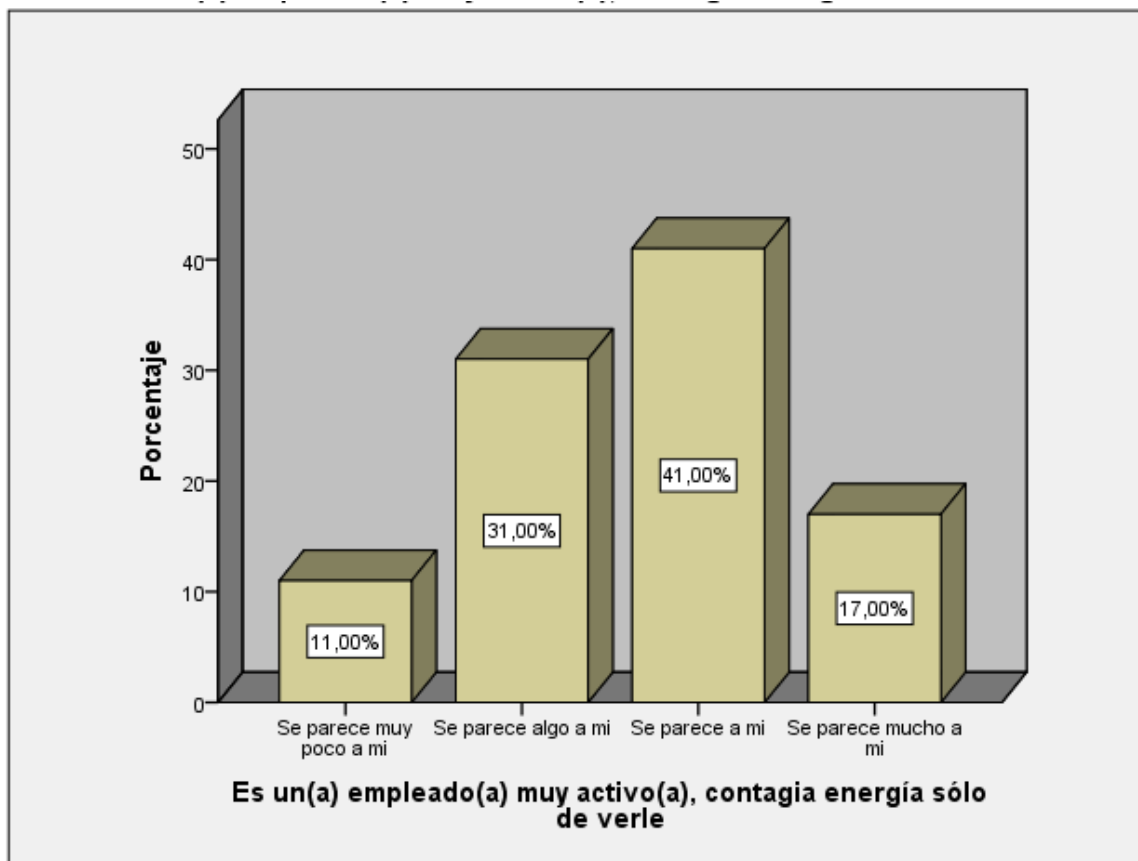


Figura 26. Es un(a) empleado(a) muy activo(a), contagia energía sólo de verle

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Proactividad se obtuvieron los siguientes resultados: el 11% “Se parece muy poco a mi” con un grado bajo, el 31% “Se parece algo a mi” con un grado medio, el 41% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 17% “Se parece mucho a mi” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio cuenta con más de la mitad de los colaboradores administrativos encuestados que manifiestan ser proactivos, sin embargo existe un porcentaje mínimo que se encuentra en los índices de bajo y medio por lo que se debe tener en consideración, esto repercute en la dimensión de Apertura al Cambio de forma positiva.

Tabla 35

Él (Ella) es un(a) empleado(a) que nunca pierde el control sobre sus impulsos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se parece en nada a mi	1	1,0	1,0	1,0
	Se parece muy poco a mi	1	1,0	1,0	2,0
	Se parece algo a mi	32	32,0	32,0	34,0
	Se parece a mi	41	41,0	41,0	75,0
	Se parece mucho a mi	25	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

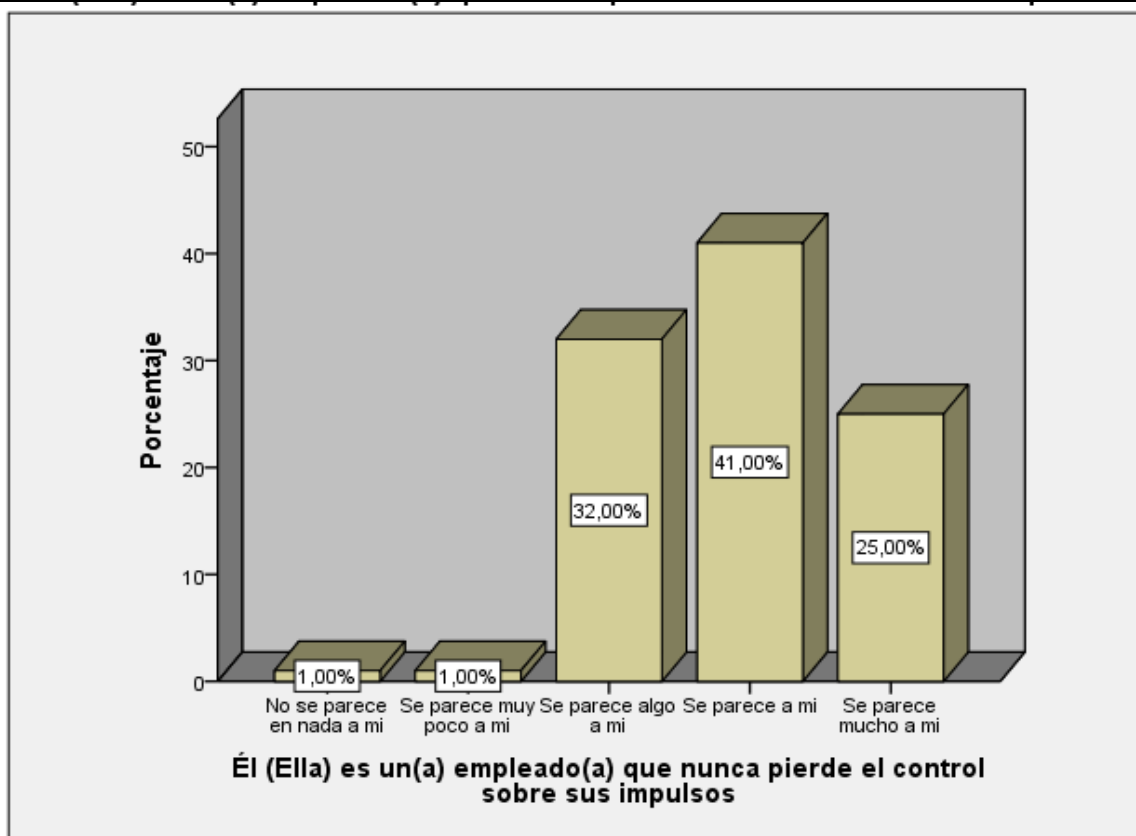


Figura 27. Él (Ella) es un(a) empleado(a) que nunca pierde el control sobre sus impulsos

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Sensatez se obtuvieron los siguientes resultados: el 1% “No se parece en nada a mi” con un grado muy bajo, el 1% “Se parece muy poco a mi” con un grado bajo, el 32% “Se parece algo a mi” con un grado medio, el 41% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 25% “Se parece mucho a mi” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio cuenta con casi las tres cuartas partes de los colaboradores administrativos encuestados son Sensatos, esto repercute en la dimensión de Conservación de forma positiva.

Tabla 36

Él (Ella), siempre está preocupado(a) por actualizarse, ya sea leyendo o asistiendo a cursos, con la finalidad de ser un empleado(a) eficiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se parece muy poco a mi	6	6,0	6,0	6,0
	Se parece algo a mi	12	12,0	12,0	18,0
	Se parece a mi	52	52,0	52,0	70,0
	Se parece mucho a mi	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

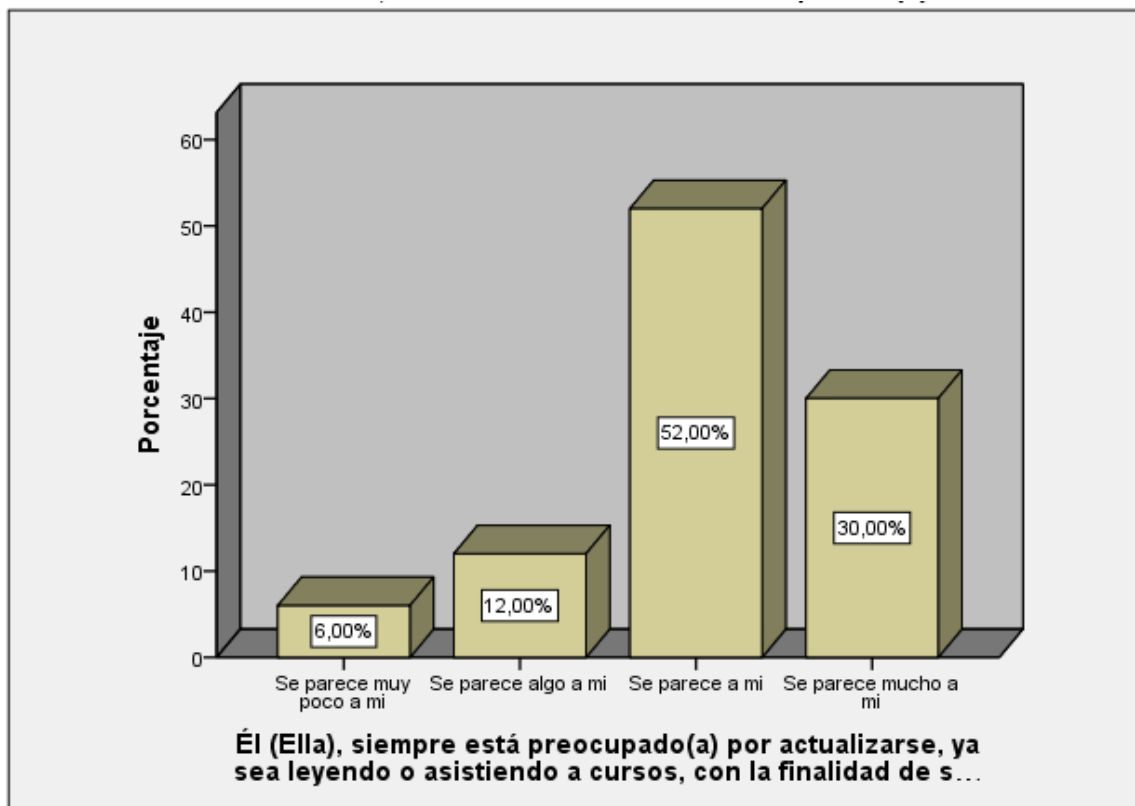


Figura 28. Él (Ella), siempre está preocupado(a) por actualizarse, ya sea leyendo o asistiendo a cursos, con la finalidad de ser un empleado(a) eficiente

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Superación se obtuvieron los siguientes resultados: el 6% “Se parece muy poco a mi” con un grado bajo, el 12% “Se parece algo a mi” con un grado medio, el 52% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 30% “Se parece mucho a mi” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio más de las tres cuartas partes de los colaboradores administrativos encuestados están en constante superación, esto repercute en la dimensión de Apertura al Cambio de forma positiva.

Tabla 37

Es muy importante para él (ella) sentirse parte de su equipo de trabajo y/o empresa, y saber que cuidan de él (ella)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se parece algo a mi	22	22,0	22,0	22,0
	Se parece a mi	47	47,0	47,0	69,0
	Se parece mucho a mi	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

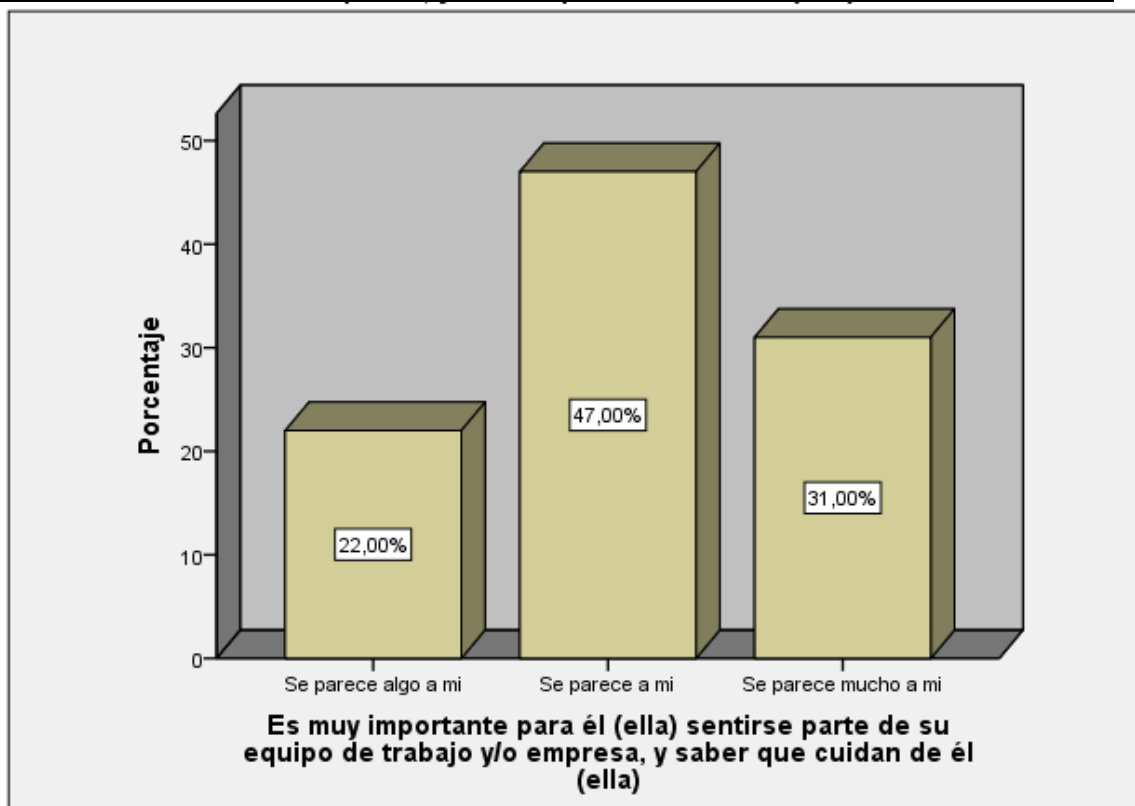


Figura 29. Es muy importante para él (ella) sentirse parte de su equipo de trabajo y/o empresa, y saber que cuidan de él (ella)

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Integración se obtuvieron los siguientes resultados: el 22% “Se parece algo a mí” con un grado medio, el 47% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 31% “Se parece mucho a mi” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio más de las tres cuartas partes de los colaboradores administrativos sienten Integración, esto repercute en la dimensión de Conservación de forma positiva.

Tabla 38

Él (Ella) siempre lucha por que todos los empleados reciban el mismo trato y oportunidades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se parece en nada a mi	6	6,0	6,0	6,0
	Se parece muy poco a mi	16	16,0	16,0	22,0
	Se parece algo a mi	5	5,0	5,0	27,0
	Se parece a mi	46	46,0	46,0	73,0
	Se parece mucho a mi	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

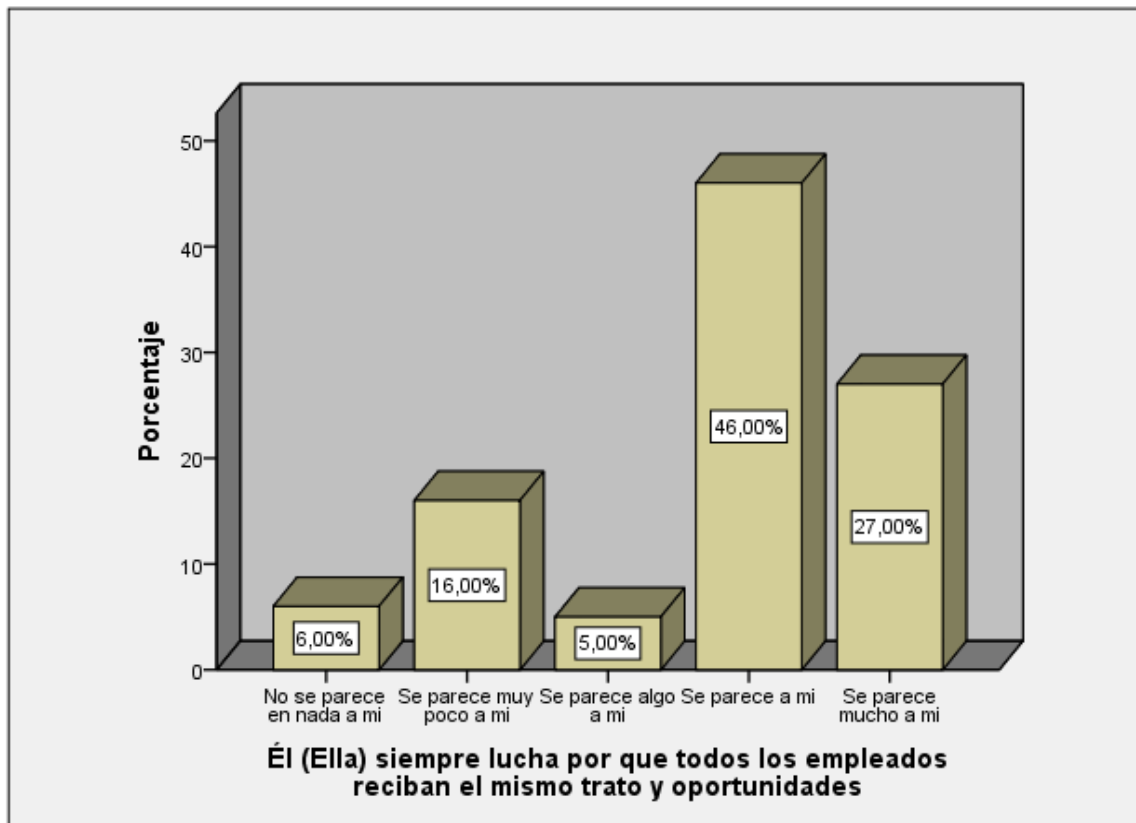


Figura 30. Él (Ella) siempre lucha por que todos los empleados reciban el mismo trato y oportunidades

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Igualdad se obtuvieron los siguientes resultados: el 6% “No se parece en nada a mí” con un grado muy bajo, el 16% “Se parece muy poco a mí” con un grado bajo, el 5% “Se parece algo a mí” con un grado medio, el 46% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 27% “Se parece mucho a mí” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio las tres cuartas partes de los colaboradores administrativos encuestados practican la Igualdad sin embargo casi una cuarta parte no cuentan con este indicador por lo que debe tomar en cuenta para mejorar, esto repercute en la dimensión de Auto-trascender de forma positiva.

Tabla 39

Para él (ella), adquirir y acumular bienes o servicios costosos es muy importante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se parece en nada a mi	19	19,0	19,0	19,0
	Se parece muy poco a mi	38	38,0	38,0	57,0
	Se parece algo a mi	37	37,0	37,0	94,0
	Se parece mucho a mi	6	6,0	6,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

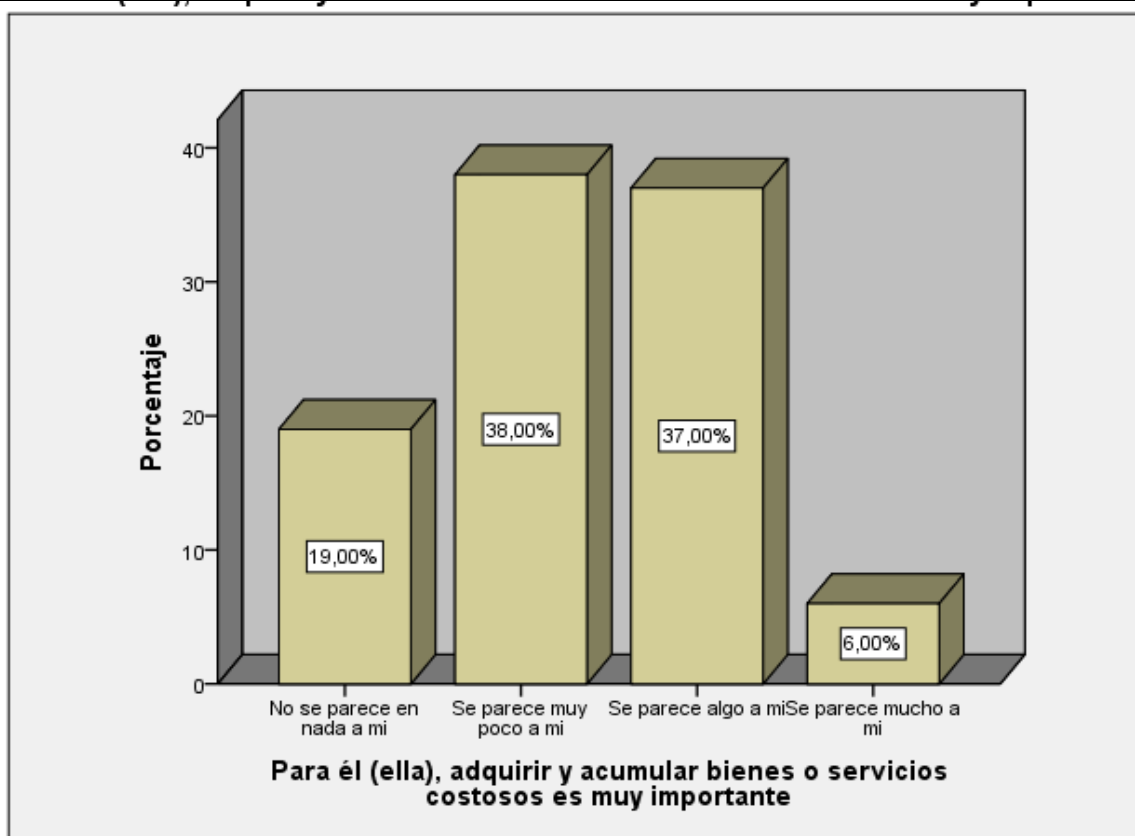


Figura 31. Para él (ella), adquirir y acumular bienes o servicios costosos es muy importante

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Materialista se obtuvieron los siguientes

resultados: el 19% “No se parece en nada a mí” con un grado muy bajo, el 38% “Se parece muy poco a mí” con un grado bajo, el 37% “Se parece algo a mí” con un grado medio y el 6% “Se parece a mí” con un grado alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio más de la mitad de los administrativos encuestados no son materialistas, esto repercute en la dimensión de Auto-promoción de forma positiva.

Tabla 40

Para él (ella), la lealtad hacia su empresa y/o grupo es muy importante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se parece en nada a mi	6	6,0	6,0	6,0
	Se parece muy poco a mi	5	5,0	5,0	11,0
	Se parece algo a mi	2	2,0	2,0	13,0
	Se parece a mi	48	48,0	48,0	61,0
	Se parece mucho a mi	39	39,0	39,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

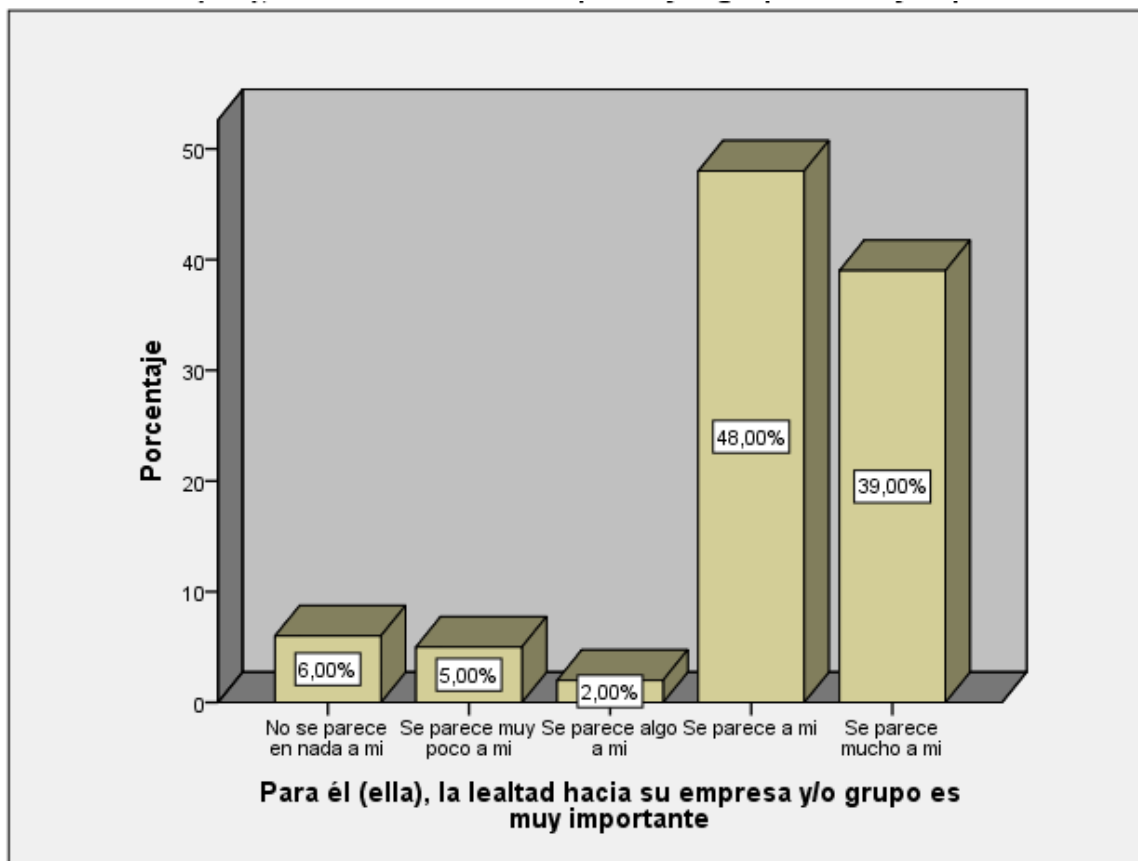


Figura 32. Para él (ella), la lealtad hacia su empresa y/o grupo es muy importante

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Lealtad se obtuvieron los siguientes resultados: el 6% “No se parece en nada a mí” con un grado muy bajo, el 5% “Se parece muy poco a mí” con un grado bajo, el 2% “Se parece algo a mí” con un grado medio, el 48% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 39% “Se parece mucho a mí” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio más de las tres cuartas partes de los colaboradores administrativos encuestados son Leales, esto repercute en la dimensión de Auto-trascender de forma positiva.

Tabla 41

Para él (ella) es muy importante que sus compañeros de trabajo, familiares y amigos reconozcan y valoren sus logros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se parece muy poco a mi	11	11,0	11,0	11,0
	Se parece algo a mi	17	17,0	17,0	28,0
	Se parece a mi	53	53,0	53,0	81,0
	Se parece mucho a mi	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

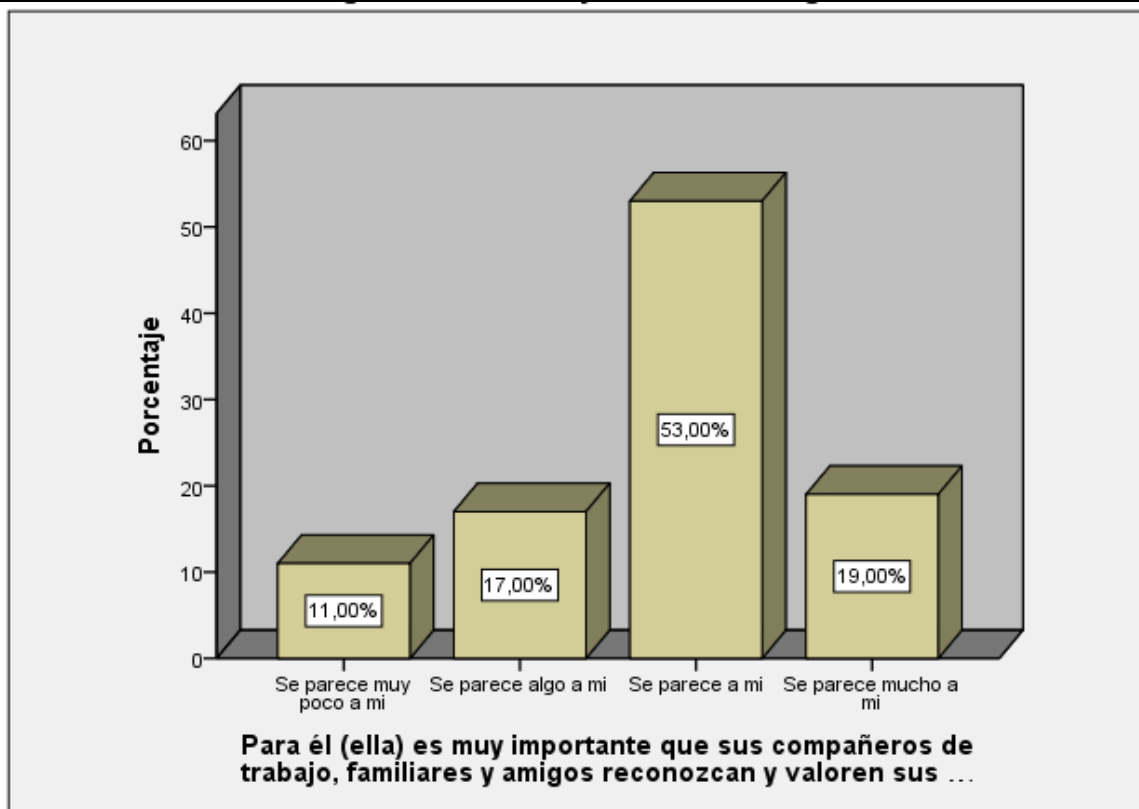


Figura 33. Para él (ella) es muy importante que sus compañeros de trabajo, familiares y amigos reconozcan y valoren sus logros

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Reconocimiento se obtuvieron los siguientes resultados: el 11% “Se parece muy poco a mí” con un grado bajo, el 17% “Se parece algo a mí” con un grado medio, el 53% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 19% “Se parece mucho a mí” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio casi las tres cuartas partes de los colaboradores administrativos encuestados tienen por muy importante el Reconocimiento, sin embargo los niveles de bajo y medio se deben tener en cuenta para ser reforzados, esto repercute en la dimensión de Auto-promoción de forma positiva.

Tabla 42

Él (Ella) es muy metódico(a), no le gusta intentar nuevas formas de hacer la cosas, prefiere lo que siempre le ha funcionado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se parece en nada a mi	17	17,0	17,0	17,0
	Se parece muy poco a mi	51	51,0	51,0	68,0
	Se parece algo a mi	23	23,0	23,0	91,0
	Se parece a mi	7	7,0	7,0	98,0
	Se parece mucho a mi	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

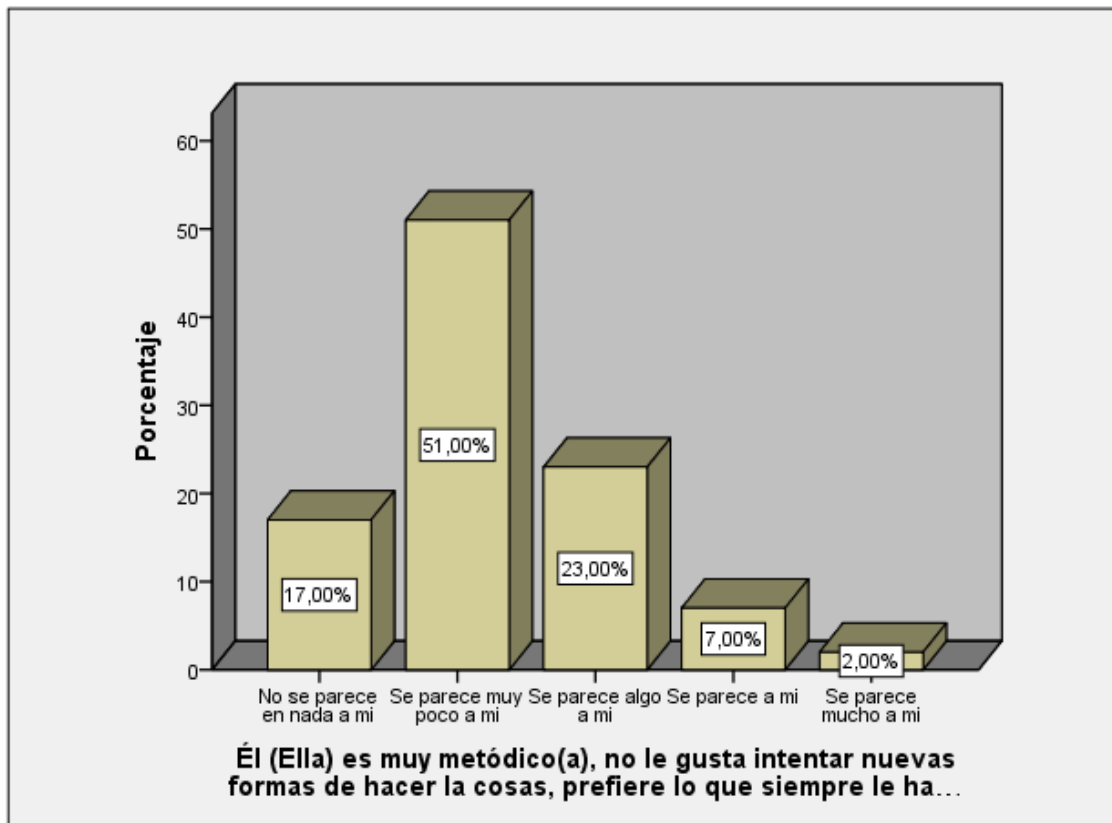


Figura 34. Él (Ella) es muy metódico(a), no le gusta intentar nuevas formas de hacer las cosas, prefiere lo que siempre le ha funcionado

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Sistematizado se obtuvieron los siguientes resultados: el 17% “No se parece en nada a mí” con un grado muy bajo, el 51% “Se parece muy poco a mí” con un grado bajo, el 23% “Se parece algo a mí” con un grado medio, el 7% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 2% “Se parece mucho a mí” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio casi las tres cuartas partes de los colaboradores administrativos encuestados no les gusta el trabajo Sistematizado, esto repercute en la dimensión de Conservación de forma positiva.

Tabla 43

Es muy importante para él (ella), que su trabajo le permita relacionarse con muchas personas, y pasarla bien durante toda la jornada laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se parece en nada a mi	5	5,0	5,0	5,0
	Se parece muy poco a mi	19	19,0	19,0	24,0
	Se parece algo a mi	14	14,0	14,0	38,0
	Se parece a mi	41	41,0	41,0	79,0
	Se parece mucho a mi	21	21,0	21,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

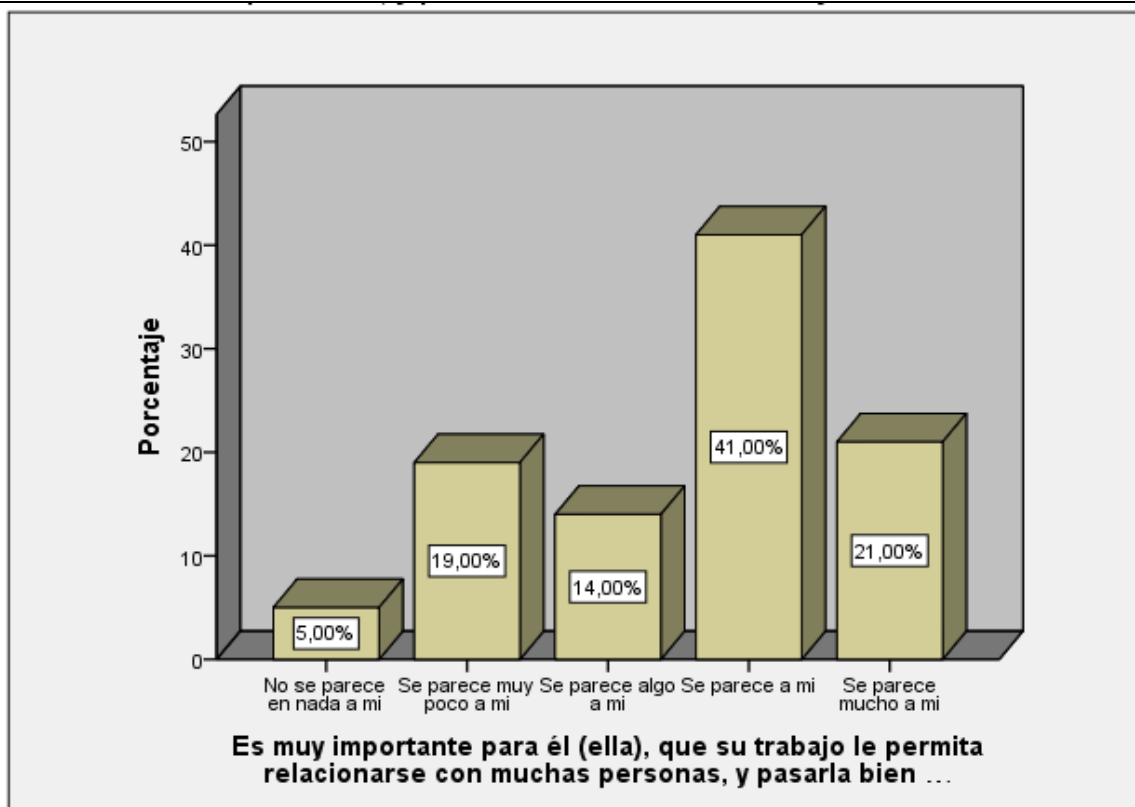


Figura 35. Es muy importante para él (ella), que su trabajo le permita relacionarse con muchas personas, y pasarla bien durante toda la jornada laboral

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Sociable se obtuvieron los siguientes resultados: el 5% “No se parece en nada a mí” con un grado muy bajo, el 19% “Se parece muy poco a mí” con un grado bajo, el 14% “Se parece algo a mí” con un grado medio, el 41% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 21% “Se parece mucho a mi” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio casi las tres cuartas partes de los colaboradores administrativos son sociable, a pesar de este resultado la empresa debe tener en consideración el reforzamiento de este indicador, esto repercute en la dimensión de Apertura al cambio de forma positiva.

Tabla 44

Le gustan los retos en su trabajo, prefiere siempre lo nuevo y desconocido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se parece muy poco a mi	9	9,0	9,0	9,0
	Se parece algo a mi	18	18,0	18,0	27,0
	Se parece a mi	50	50,0	50,0	77,0
	Se parece mucho a mi	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

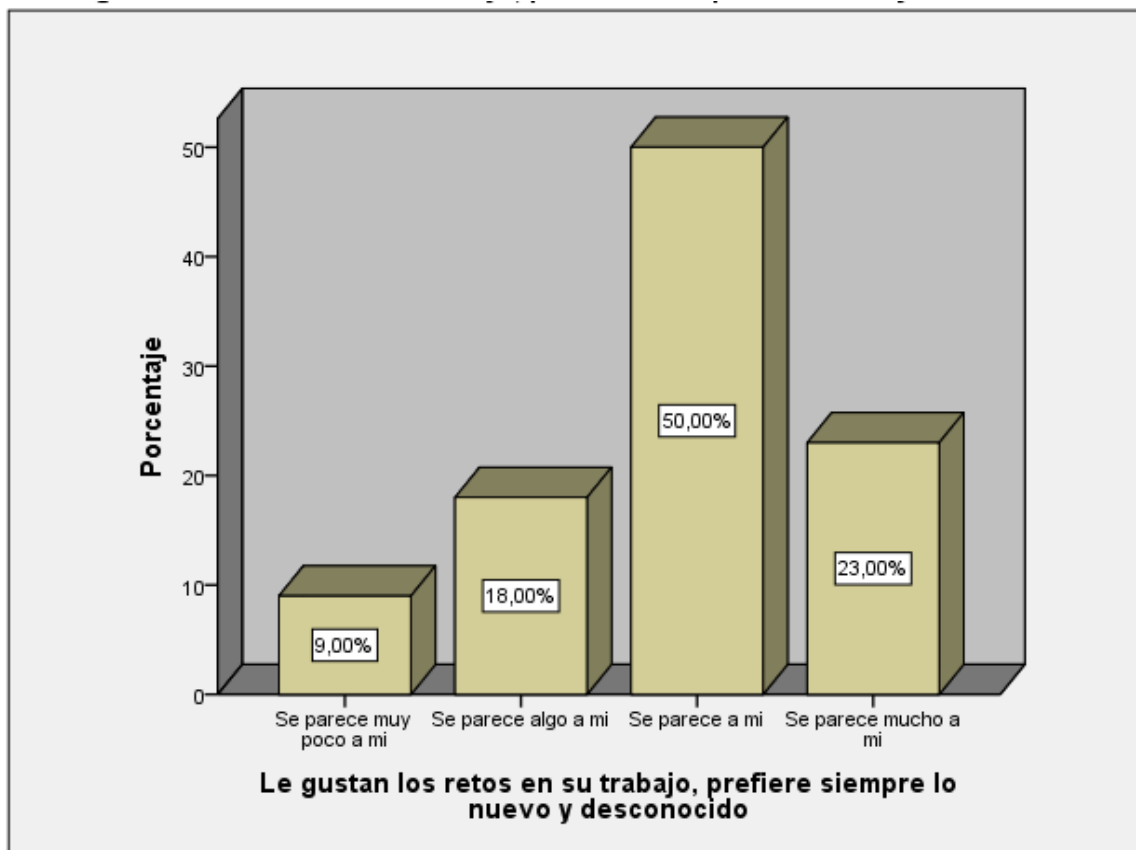


Figura 36. Le gustan los retos en su trabajo, prefiere siempre lo nuevo y desconocido

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Competitividad se obtuvieron los siguientes resultados: el 9% “Se parece muy poco a mí” con un grado bajo, el 18% “Se parece algo a mí” con un grado medio, el 50% “Se parece a mí” con un grado alto, y el 23% “Se parece mucho a mí” con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio las tres cuartas partes de los colaboradores administrativos encuestados son competitivos, esto repercute en la dimensión de Apertura al Cambio de forma positiva.

Tabla 45

En su trabajo siempre trata de ser cordial y educado(a) con la gente sin importar la persona o la situación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se parece muy poco a mi	5	5,0	5,0	5,0
	Se parece algo a mi	7	7,0	7,0	12,0
	Se parece a mi	34	34,0	34,0	46,0
	Se parece mucho a mi	54	54,0	54,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

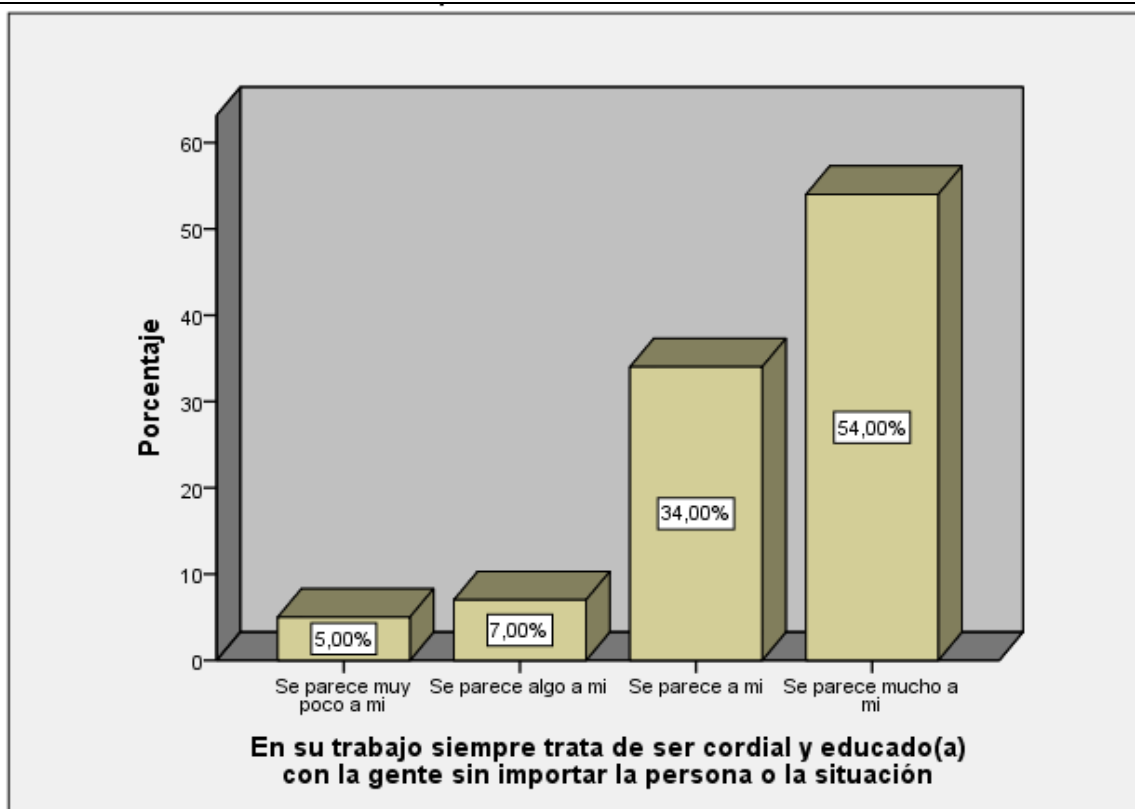


Figura 37. En su trabajo siempre trata de ser cordial y educado(a) con la gente sin importar la persona o la situación

Del total de la población de colaboradores administrativos de la Universidad en estudio respecto al indicador de Amabilidad se obtuvieron los siguientes resultados: el 5% "Se parece muy poco a mí" con un grado muy bajo, el 7% "Se parece algo a mí" con un grado medio, el 34% "Se parece a mí" con un grado alto, y el 54% "Se parece mucho a mí" con un grado muy alto del indicador en estudio, por lo que se concluyó que en la Universidad en estudio más de las tres cuartas partes de los colaboradores administrativos son amables, esto repercute en la dimensión de Conservación de forma positiva.

VII. DISCUSIÓN

5.1. Dimensión de Apertura al Cambio

En la Dimensión de Apertura al Cambio con la Sub-Dimensión de Hedonismo y el Indicador de Confort mostraron un índice negativo en la suma de sus 2 niveles (muy bajo y bajo) que corresponden a casi la mitad de la población encuestada que no identifica al valor de Confort en el ambiente físico de trabajo, como indica Givoni (1967) este indicador está relacionado con la comodidad y el bienestar del cuerpo, es decir estas se vinculan específicamente a las funciones del cuerpo que puedan verse afectadas por el ambiente, también indica la existencia de que algunas personas son más sensibles que otras al igual que existen diferentes actividades que se encuentran al límite del Confort, para lo cual se deben averiguar cuáles son los parámetros de los que tienen los trabajador para sentir comodidad en sus ambientes laborales.

En la Dimensión de Apertura al Cambio con la Sub-Dimensión de Auto-Dirección con su Indicador de Creatividad el resultado fue positivo con un porcentaje de la mitad de administrativos mostraron niveles altos, pero se pone en discusión por los niveles (Muy bajo, Bajo y medio) quienes en su suma representan a la otra mitad de la población en estudio, como indicó Gardner (1995) explica que las personas creativas son las que buscan soluciones a los problemas o dificultades continuamente, crean productos o precisan nuevos argumentos en un campo el cual llega a considerarse en principio nuevo, llegando a tener reconocimiento y consideración. Se dice también que las personas creativas son caracterizadas por combinar de vez en cuando la inteligencia y la personalidad, para la cual es imprescindible las situaciones y las reacciones en los grupos de trabajo. Otro punto que especifica el autor es que la creatividad no es genética por lo que se puede

desarrollar en las personas ya que existen variedad de habilidades con las que se está más desarrollada solo es cuestión de identificar en que área puede destacar para que se puede despertar su curiosidad de arriesgarse y recorrer caminos inexplorados y sumergirse en el interior del campo asignado para descubrir sus problemas y encontrar soluciones distintas.

En la Dimensión Apertura al Cambio con la Sub-dimensión de Estimulación con su Indicador de Proactividad el resultado fue positivo, pero sin embargo un buen porcentaje de trabajadores obtuvieron un grado bajo y medio por lo que se debe trabajar en este indicador. Según Grant, Parker & Collins (2009) los trabajadores proactivos buscan siempre nuevas oportunidades, se marcan objetivos que puedan alcanzar buscando cambios, se anticipan a los problemas, actúan de forma diferente, están en constante acción a pesar de la incertidumbre. Es por eso que ser proactivo es fundamental para ser competitivo y sobresalir en un mundo cambiante, por otro lado, las empresas buscan personas flexibles que se adapten a los inesperados cambios. Por lo que la institución en estudio debe preocuparse por tener un personal con este valor.

En la Dimensión de Apertura al Cambio con la sub-dimensión de Hedonismo específicamente en el Indicador de Sociable el resultado fue positivo llegando a casi las tres cuartas partes de la población encuestada, pero se debe tener en consideración la cuarta parte de la población que mostró debilidad en este indicador con niveles muy bajo, bajo y medio. Según Maslow (1954) en su estructura de necesidades dice que es muy importante que el ser humano tenga compañía, en todos sus aspectos el afectivo, la participación social, la comunicación con otras personas, vivir en comunidad, pertenecer a un grupo y sentirse parte de él, es por ellos que la Universidad en estudio debe tener en cuenta este indicador para que sus trabajadores estén en armonía.

5.2. Dimensión de Conservación

En la Dimensión de Conservación con la Sub-Dimensión de Seguridad específicamente en el Indicador de Estabilidad su estudio mostró un índice positivo pero se llega a discusión por la suma de sus tres niveles (muy bajo, Bajo y medio) por lo que existe una parte considerable de la población de colaboradores administrativos que no les preocupa la estabilidad según Ramírez & Cajigas (2004) hablan de estabilidad laboral se comprende por el tiempo de duración que este permanece en una Organización aunque ocupe diversos puestos dentro de la misma, a lo que la ausencia de preocupación de un promedio considerable de administrativos se basa en que casi el 50% tienen más de 5 años en la Universidad en estudio, lo cual significa que tienen contrato permanente y que saben que percibirán un sueldo mensual mostrando Seguridad y acertando positivamente en la Dimensión en estudio.

En la Dimensión de Conservación con la Sub-Dimensión de Tradición en el Indicador de Rutinario su estudio mostró un resultado negativo con más de la mitad de trabajadores administrativos que indicaron no seguir rutinas y más de la cuarta parte de la población se mostró indecisa con un nivel medio, según Galas (1992) las rutinas son consideradas como conceptos esenciales con los cuales las empresas basan lo que hacen, estas pueden ser inflexibles, inertes o mecánicas; estas rutinas están consideradas dentro de las raíces de la Burocracia para organizar la experticia y el ejercicio del poder de manera eficiente, también se les describe como la habilidad que tienen las personas para repetir una tarea o acción en forma idéntica y consecutiva. Por lo que se entiende el autor describe a las rutinas en el trabajo como el resultado de la evolución de patrones de comportamiento de una organización que se consolida en el aprendizaje en vez de la toma de decisiones. En cuanto al estudio de esta Dimensión del personal administrativo de la

Universidad en estudio donde la mayoría de las tareas son operativas se debe tener en cuenta los procesos y las funciones de cada trabajador para ser guiado y orientado a que desempeñe una mejor labor.

En la Dimensión de Conservación, en la Sub-Dimensión de Conformidad con su Indicador de Disciplina el resultado fue negativo por la suma de sus dos niveles (muy bajo y bajo) resultante de más de la cuarta parte de trabajadores administrativos que manifestaron la falta de este indicador; por otro lado, también se encontró a más de la cuarta parte de los administrativos que manifestaron estar indecisos respecto al mismo indicador con un nivel medio. Según Watkins, C. & Wagner, P (1987) indicaron que la disciplina es la formación que modela forma, corrige e inculca el comportamiento apropiado de las personas, Woolfolk (2001) indica que la persona que es disciplinada usa técnicas las cuales mantienen un ambiente adecuado para seguir con el aprendizaje sin tener que lidiar con problemas de conducta. Por lo que se deduce que la disciplina es el conjunto de límites y normas para la realización de un trabajo eficiente, pero se debe tener en cuenta que la disciplina no es solo responsabilidad de un individuo sino también de las personas con quien trabaja por lo que se debe analizar cuáles son los factores o en qué aspectos es afectada.

5.3. Dimensión de Auto-Promoción

En la Dimensión de Auto-Promoción con la Sub-Dimensión de Logro específicamente en el Indicador de Exitoso su estudio mostró un índice negativo al tener la suma de sus dos niveles (muy bajo y bajo) por más de la cuarta parte de la población encuestada quienes manifestaron no estar interesados en sobresalir y ser exitoso y la otra cuarta parte de la población se mostró indecisa en su nivel (medio), así mismo McClelland (1965) en su Teoría de las necesidades aprendidas, señala que

las necesidades se obtienen o aprenden en la vida cotidiana y que estas se encuentran en diferentes grados en función de las conductas adquiridas o aprendidas de los lugares donde han vivido por un tiempo, el autor también define como motivador a la necesidad que va a determinar el comportamiento de un individuo por lo que las divide en cuatro factores motivadores diferenciados: Motivador de Afiliación, Motivador de Poder, Motivador de la Competencias y por último al Motivador de Logro que viene hacer la dimensión en estudio donde indica que las personas que cuentan con este valor tendrán la fuerza e impulso para que actúen en búsqueda del mayor éxito en todos los trabajos que desarrollen, por lo se concluye en que se deben tomar medidas para fortalecer este valor.

En la Dimensión de Auto-promoción con la Sub-Dimensión de Logro específicamente en el Indicador de reconocimiento el resultado fue positivo llegando a casi las tres cuartas partes de la población encuestada, pero se debe tener en consideración el nivel bajo y medio a quienes se les debe reforzar en el indicador en estudio. Según Maslow (1954) ubica una pirámide ascendente donde clasifica a las necesidades de las personas ubicando como necesidad el ego en el cuarto nivel indicando que todas las personas necesitan sentirse valoradas y reconocidas no solo por su círculo social sino también por sí mismo las cuales incluyen la auto valorización y el respeto hacia su persona, por lo que la Universidad debe tener en cuenta para que este valor sea reforzado.

VI. CONCLUSIONES

En la dimensión de Apertura al Cambio que está constituida por sus subdimensiones de Autodirección y Estimulación, el personal administrativo de la Universidad en estudio se observa una predominancia del Estímulo antes que la Autodirección, con este resultado queda de manifiesto en lo que respecta a Apertura al Cambio que los colaboradores administrativos no valoran la creación y exploración de nuevas ideas mostrando confusión al respecto como lo señala la Figura N° 18 sobre el indicador de ser creativo. Es evidente que los colaboradores administrativos son parte fundamental en un proceso de transformación dentro de la organización mediante el desempeño para así poder responder a los nuevos retos del entorno; para ellos las organizaciones deben tomar conciencia de que la parte más importante es el recurso humano. Según la teoría de Schwartz (1999) esto ayuda al mejoramiento continuo y la responsabilidad individual en su trabajo reafirmando así los valores y la visión de futuro.

En la Dimensión de Autopromoción que está constituida por las subdimensiones de Logro y Autoridad. Los colaboradores administrativos de la Universidad en estudio mostraron una predominancia en Autoridad sobre el Logro, con este resultado queda de manifiesto que los colaboradores administrativos valoran más el autoritarismo, el ser dominantes sobre personas y recursos que la demostración de competencias y el éxito personal, así se aprecia en las figuras N° 11 y N° 13. Según en la teoría de Schwartz (1999) al prevalecer la Autoridad como un valor significativo en los colaboradores administrativos puede afirmarse que estos cuentan con un buen estatus social o necesitan del prestigio, saben dominar a las personas y los recursos en su entorno o bajo su cargo.

En la Dimensión de Conservación la cual está constituida por las subdimensiones de Conformidad, Tradición y Seguridad, los colaboradores administrativos de la Universidad en estudio mostraron una predominancia en el valor de Seguridad que en el de Conformidad y Tradición. Con este resultado queda de manifiesto que los colaboradores administrativos prefieren conseguir la seguridad, armonía y estabilidad en la sociedad, en las relaciones interpersonales y en la persona se identifica con los valores: seguridad familiar, seguridad nacional, orden social, reciprocidad de favores, sentimientos de pertenencia, salud, estabilidad del orden social de las relaciones y del propio organismo. En cuanto a la Conformidad se mostraron niveles bajos respecto a limitarse y a tener restricción en sus acciones, los colaboradores manifestaron incomodidad para seguir las reglas y normas (Figura N° 15); y en Tradición los colaboradores mostraron niveles bajos en el indicador de Costumbrista o rutinario por lo que manifiestan incomodidad en hacer lo mismo siempre (Figura N° 12).

En la Dimensión de Autotrascendencia la cual se constituye por las subdimensiones de Universalismo y Benevolencia, los colaboradores administrativos de la Universidad en estudio manifestaron predominancia en ambos valores. Con este estudio queda demostrado que los Administrativos comparten la naturaleza de la Institución Católica buscando la superación de los intereses propios a favor del compromiso voluntario en el desarrollo del bienestar de otros. Los trabajadores en su mayoría comparten los valores que tienen que ver con el colectivismo buscando ayudar a la comunidad en general y ayudar a las personas que son cercanas a ellas. Es la dimensión que sobresale respecto a las otras.

En la subdimensión de Hedonismo se hace evidente en dos dimensiones, en la Dimensión de Apertura al Cambio y en la dimensión de Auto-promoción, porque

ésta busca el placer y sensaciones gratas para uno mismo, en las figuras N° 13 y N° 33 se aprecia bajos niveles en lo que corresponde al confort y la comodidad en cuanto al entorno en el que se desempeñan; y también se apreció un nivel intermedio para querer sociabilizar con los demás.

VII. RECOMENDACIONES

En la Dimensión de Apertura al cambio se recomienda que cada jefe de Área o Facultad reúna periódicamente a su personal administrativo y puedan establecer conjuntamente las metas y objetivos que se esperan lograr a corto plazo, se considera muy importante que las personas sean tomadas en cuenta en este proceso, ya que al participar activamente genera mayor compromiso, motivación, esfuerzo y sobre todo motiva a la creatividad al expresar sus ideas. Otra sugerencia en busca de la mejora de las relaciones y que puedan estimular al colaborador con la empresa es que las políticas de permiso sean mucho más flexibles. Por ejemplo, cuando el colaborador necesita días de permiso, la institución obliga a que estos se tomen una semana entera, no permitiendo que puedan salir sólo por el día o días que lo necesiten.

En la Dimensión de Autopromoción se recomienda brindar retroalimentación constante por parte de los jefes hacia los colaboradores reconociéndoles el trabajo que está bien hecho, no genera costo económico admirar el buen trabajo realizado por el contrario será muy importante para ellos y los hará sentir motivados para que continúen trabajando para el éxito de la organización.

En la Dimensión de Conservación se recomienda conocer las necesidades personales de cada trabajador y brindarles flexibilidad en donde más lo aprecien por ejemplo en su horario laboral, días de descanso, actividades, jornada reducida, etcétera para poder sacarlo de la Rutina y pueda disminuir sus grados de estrés para que pueda desempeñar mejor sus labores.

En la Sub-dimensión de Hedonismo se recomienda mejorar las instalaciones físicas de cada lugar de trabajo, para que ellos se sientan cómodos desempeñando sus tareas, se debe considerar el material, el equipo y las herramientas adecuadas y necesarias para cumplir sus funciones, además de actividades como celebraciones del día del trabajo, día de madre, día del padre, aniversario de la instituciones y demás actividades que impliquen que los administrativos compartas y socialicen entre ellos. Esto hará trabajadores comprometidos con la institución.

Como recomendación general para los Jefes o Directores de las oficinas de la Universidad en estudio se debe instalar en cada oficina un buzón de sugerencias anónimo y que semanalmente sea revisado por estos para que puedan conocer las necesidades de sus colaboradores o las fallas que están cometiendo para que puedan mejorar.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, M., García, J. & Calvo, A. (2003). *Valores hacia el trabajo del personal de enfermería*. Granada - España.
- Alfaro, R., Leyton, S., Meza, A. & Sáenz, I. (2012). *Satisfacción laboral y su relación con algunas variables ocupacionales en tres municipalidades*. Lima - Perú.
- Anderson, J. (2001). *Yauyos: estudio sobre valores y metas de vida*. Ministerio de Educación. Lima. Recuperado de <http://www.zonaeconomica.com/innovacion>
- Arciniega, L. & González, L. (2000). *Desarrollo y validación de la escala de valores hacia el trabajo EVAT 30*. Salamanca – España.
- Arciniega, L. & González, L. (2005). *Valores orientados a otros objetivos y satisfacción en el trabajo*. Texas – México.
- Arciniega, L., González, L., Soares, V., Ciulli, S. & Giannini, M. (2009). *Validación transcultural de la Escala de Valores de Trabajo EVAT. Utilizando el Análisis de Factor Confirmatorio Multi-Grupo y la Escala Multidimensional Confirmatoria*. Cambridge - Reino Unido.
- Arciniega, L. & González, L. (2014). *¿Cuál es la influencia de los valores hacia el trabajo en relación con otras variables en el desarrollo del compromiso organizacional? Revista de Psicología Social*, 6, 30-50. EDITORIA Deusto.
- Argueta, M. (2006). *Aplicación de los Valores Organizacionales, en un establecimiento educativo*. (Tesis pregrado, Universidad Rafael Landívar, Guatemala). Recuperado de <http://conceptodefinicion.de/exito/>
- Balestrini Acuña, Mirian, "Como se Elabora el Proyecto de Investigación". *BI Consultores Asociados* (6ª ed.). Caracas: EDITORIAL Diaz.
- Benedito, M., Bonavia, T. y Linares, L. (2008). *Relación entre las prioridades de valor y satisfacción laboral. (Tesis Inédita, Universidad de Valencia, Valencia, España)*. Recuperado de <http://es.thefreedictionary.com/superioridad>
- Bilsky, W. y Peters, M. (1999). *Estructura de los valores y la religiosidad. Una investigación comparada realizada en México. Revista Mexicana de*

- Psicología*, 16 (1), 77-87. Recuperado de <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/la-igualdad>
- Bond, M. H. (1988). *Finding universal dimensions of individual variation in multicultural studies of values: The Rokeach and Chinese value surveys. Journal of Personality and Social Psychology*, 55 (6). Recuperado de <https://definicion.mx/independiente/>
- Bortesi, L. (2011). *Importancia de la cultura empresarial*. Lima - Perú.
- Cayón, A. & Perez, E. (2008) *Structure of Values of Schwartz in the Manager Private 's University. Caracas – Venezuela*.
- Denison, D. (1994). *Cultura corporativa y productividad organizacional*. Bogotá: Legis, Fondo Editorial. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=WC6OLMQ>
- Dillon, R. y Goldstein, M. (1984). *Multivariate analysis*. Nueva York. John Wiley & Sons. Recuperado de <http://es.thefreedictionary.com/amable>
- Dolan, S., García, S. & Navarro, C. (2001). *La dirección por valores para animar la empresa en entornos turbulentos, Harvard DEUSTUO Bussines Review*. No 79, Mayo–Junio. Recuperado de <https://www.psicoactiva.com/test/tienes-una-personalidad-estimulante.htm>
- Elizur, D. y Sagie, A. (1999). *Facets of personal values: A structural analysis of life and work values. Applied Psychology: An International Review*, 48 (1), 73-87. Recuperado de <http://lexicoon.org/es/costumbrista>
- Flores, J. (2008). *El comportamiento humano en la organización. 1992*. Lima: Universidad del Pacífico. Recuperado de <http://aprendervalores.blogspot.pe/2008/04/la-armona.html>
- Galas, J. (1992). *Professor Edwin O. Stene: A Passion for People and Public Service. EEUU: University de Kansas. Pp. 145-161*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/737/73719138008.pdf>
- Gardner, H. (1995). *Mentes creativas, una anatomía de la creatividad*. Barcelona: Paidós. Recuperado de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyecto graduacion/archivos/6111.pdf
- George, D. y Mallery, P. (2003). *SPSS/PC+ step by step: a simple guide and reference*. Wadsworth Publishing Co. Belmont, CA. EEUU.

- Gibson, J., Donelly, J. & Ivancevich, J. *"Las Organizaciones, Comportamiento, Estructura, Procesos"*. Santiago de Chile - Chile.
- Givoni, B. (1967). *Climate and comfort*, Elsevier, London. Recuperado de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/13751/PROYECTO%20FINAL%20ODE%20GRADO.%20Laura%20Solana%20Mart%C3%ADnez.pdf?sequence=1>
- Gouveia, V., Clemente, M. & Vidal, M. (2014). *El cuestionario de valores (CVS) propuesta de adaptación en el formato de respuesta*. Rioja - España.
- Grant, A., Parker, S. & Collins, C. (2009). *Getting credit for proactive behavior: supervisor reactions depend on what you value and how you feel*. Personnel Psychology, p. 31-55. Recuperado de <http://www.circulotec.tv/documents/3096396/6163899/CTV-GRH0020.pdf/0029edb8-f44e-440c-91aa-4cbb60b204d4>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2004). *Metodología de la Investigación. México, D.F.* Texas – México.
- Jones, R., Sensenig, J. y Ashmore, R. (1978). *Systems of values and their multidimensional representations*. Multivariate Behavioral Research, 13, 255-270. Recuperado de <http://es.thefreedictionary.com/confiable>
- Kenny, D. (1979). *Correlation and causality*. Nueva York. John Wiley & Sons. Recuperado de <http://www.wordreference.com/definicion/ejemplar>.
- Komblit, A. (1994). *Vigencia del concepto de valor en las ciencias sociales*. Buenos Aires - Argentina.
- Korsgaard, M., Meglino, B., Lester, S., & Beyond, H. (1997). *Do other-oriented values have broader implications in organizations*. Journal of Applied Psychology, 1997. –Nº82. – pp. 160-177.
- Locke, E. (1991). *The motivation sequence, the motivation hub, and the motivation core*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50, 288-299. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/la-personalidad-creativa/>
- Loli, A y López E, (1995). *"Autoestima y Valores", Revista de Investigación en Psicología. Vol. 2, No.1*. Recuperado de <https://edukavital.blogspot.pe/2015/07/significado-de-estricto-definicion.html>

- Maslow, A. (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper & Row.
Recuperado de
<http://motivacionempresa.galeon.com/productos2280386.html>
- Menacho, J. (2006). *Estudio exploratorio sobre los valores organizacionales de una organización no gubernamental de desarrollo internacional*. Lima - Perú.
- Meyer, J., Irving, G. y Allen, N. (1998). *Examination of the combined effects of work values and early work experiences on organizational commitment*. *Journal of Organizational Behavior*, 19, 29-52. Recuperado de
<http://dle.rae.es/?id=AGUX3MR>
- Mery, V. (2012). *Apertura al cambio*. Recuperado de
<http://miradasencilla.blogspot.pe/2012/01/apertura-al-cambio.html>
- McClelland, D. (1965). *Toward a theory of motive acquisition*. *American Psychologist*, 20, 321-333.
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/1144/1/TFG-B.60.pdf>
- Oliver, N. (1990). *Work rewards, work values, and organizational commitment in an employee-owned firm: Evidence from U.K.* *Human Relations*, 43, 513-526.
Recuperado de <http://lema.rae.es/dpd/srv/search?key=eficiente>
- Palma, S. (2005). *Escala de Satisfacción Laboral (SL-SPC) Manual*. Lima – Perú.
- Pinto, A. (2011). *Valores con respecto al trabajo de los empleados de una empresa que brinda servicios de asesoría*. (Tesis pregrado, Universidad Rafael Landívar, Guatemala). Recuperado de
<https://www.significados.com/oneroso/>
- Ramírez, E. y Cajigas, M. (2004). *Proyectos de Inversión Competitivos. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión con Visión Emprendedora Estratégica, (1ª Ed.)*. Talleres Gráficos de Impresora Feriva S.A. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/43/Calderon-Zulma.pdf>
- Ramos, A. (2014). *Valores del Trabajo que influyen en los colaboradores de cable sistemas de las Verapaces, de Cobán Alta Verapaz*. Landívar - Guatemala.
- Ravlin, E. y Meglino, B. (1987). *Effect of values on perception and decision making: A study of alternative work values measure*. *Journal of Applied Psychology*, 72 (4), 666-673. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99318197004>

- Revilla, E. (2013). *Los valores organizaciones. En el caso de un Instituto Pedagógico Público de Lima*. Lima – Perú.
- Romero, O. (1998). *Valores en la transición organizacional*. Centro de Investigaciones Psicológicas. Universidad de los Andes, Venezuela. Recuperado de <http://es.thefreedictionary.com/leal>
- Ros, B. & Grad, H. (1991). *El significado del valor trabajo relacionado a la experiencia ocupacional: una comparación entre profesores de E.G.B. y estudiantes del CAP*. Revista de Psicología Social, 6, 181-208. EDITORIAL Howerds.
- Salanova, M., Hontangas, P. y Peiró, J. (1996). *Motivación laboral*. En J. M. Peiró, F. Prieto. *Tratado de psicología del trabajo. Volumen 1: Actividad laboral en su contexto*. Madrid: Síntesis. Recuperado de <http://www.kathegiraldo.com/comodidad/>
- Schwartz, S. (1992). *Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries*. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65. Recuperado de <http://es.thefreedictionary.com/apreciados>
- Schwartz, S. (1999). *A Theory of cultural values and some implications for work*. Estados Unidos: EDITORIAL Zamma.
- Simon, H. (1990). *A mechanism for social selection and successful altruism*. Science, 1990. –Nº250 – pp. 1665-1668. Cambrige – Reino Unido.
- Simon, H. (1993). *Altruism and Economics*. The American Economic Review, 1993. –Nº83. – pp. 156 – 161. Cambrige – Reino Unido.
- Singelis, T., Triandis, H., Bhawuk, D. & Gelfand, M. (1995). *Horizontal and Vertical dimensions of individualismo and collectivism: a theoretical measurement refinement*. Cross-Culture Research, 29, pp.: 240-275. Reino Unido.
- Tunnermanh, C. (1999). *Los valores una perspectiva universal*. Universidad de Guanajuato, México. Recuperado de <http://www.guanajuato.gob.mx>

- Vroom, V. (1984). *Work and motivation*. Malabar: Robert E. Krieger Publishing.
Recuperado de <http://www.definicionabc.com/negocios/caracter-metodico.php>
- Watkins, C. y Wagner, P. (1987). *La Disciplina Escolar*. España.
- Welch, S. y Comer, j. 1988). *Quantitative Methods for Public Administration: Techniques And Applications*. Editorial Books/Cole Publishing Co. ISBN 10:0534108881/ 13: 9780534108885. U.S.A.
- Woolfolk, A. (2001). *Psicología Educativa*. México: Editorial Prentice Hall.
Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1701/170118447007.pdf>
- Villegas, M. (2012). *Apertura al Cambio*. Bogotá - Colombia.

IX. ANEXOS

9.1. Anexo 01: Encuesta



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela de Administración de Empresas

INTRODUCCIÓN: La presente encuesta tiene como principal objetivo obtener información relevante para identificar los valores hacia el trabajo de los colaboradores administrativos de una Universidad Particular en la ciudad de Chiclayo. Pedimos a usted por favor que sus respuestas sean objetivas, pertinentes y claras de tal forma que nos puedan generar información exacta sobre la realidad de los hechos.

1. Sexo:
☐ Masculino
☐ Femenino

2. Edad:
☐ Menos de 30 años
☐ De 30 a 39 años
☐ De 40 a 49 años
☐ De 50 a más

3. Estado civil:

() Soltero

() Casado

() Divorciado (a)

() Viudo

4. Carga familiar:

() No tengo hijos

() 1 hijo

() 2 hijos

() 3 hijos a más

5. Tiempo en la empresa:

() Menos de 1 año

() De 2 a 3 años

() De 4 a 5 años

() Más de 5 años

Indicaciones: A continuación, se muestran una serie de ítems, los cuales han sido realizados con el fin de identificar los valores hacia el trabajo de los colaboradores administrativos de una Universidad Particular en la ciudad de Chiclayo. Por favor marque con una X una sola alternativa según corresponda en la siguiente escala:

1	2	3	4	5
No se parece en nada a mí	Se parece muy poco a mí	Se parece algo a mí	Se parece mucho a mí	Se parece mucho a mí

	ITEMS	1	2	3	4	5
1	Prefiere siempre trabajar solo(a), no le gusta tomar decisiones junto con otras personas					
2	Tener dinero para cubrir sus gastos y los de su familia, es su principal preocupación					
3	Siempre está ayudando a los demás empleados, aún sin conocerlos					
4	A él (ella), le gusta manejar a la gente, le gusta que otros hagan lo que él (ella) quiere que hagan					
5	Para él (ella), es muy importante el bienestar de la gente que conforma su equipo de trabajo					
6	Él (Ella) busca siempre sobresalir y ser exitoso(a) frente a los demás					
7	No le gusta hacer cosas que otros no hagan, siempre se guía por lo que otros hacen					

8	Para él (ella), un buen horario, y un lugar cercano y cómodo son factores muy importantes que debe tener un trabajo					
9	Es enemigo(a) de la monotonía, siempre busca nuevas actividades o proyectos para darle variedad a su trabajo					
10	Siempre sigue las reglas y procedimientos en su trabajo, tal y como si fuera un reloj					
11	Él (Ella), es un(a) empleado(a) inquieto(a), siempre está buscando nuevas formas para hacer mejor su trabajo, es un(a) perfeccionista					
12	Su integridad física y el no dañar su salud, son factores muy importantes para él (ella) en un trabajo					
13	El progreso del país y el bienestar de toda la gente es muy importante para él (ella)					
14	Mantener una imagen de superioridad ante los demás, es su principal preocupación					
15	Para él (ella) es muy importante ganarse la confianza de sus compañeros de trabajo, siéndoles leales y honesto(a)					
16	Él (Ella) siempre busca ser ejemplo para los demás empleados					
17	Respetar las costumbres y tradiciones que se siguen en su trabajo, es muy importante para él (ella)					

18	Disfruta mucho trabajando, tener una actividad que llene su vida es muy importante para él (ella)					
19	Es un(a) empleado(a) muy activo(a), contagia energía sólo de verle					
20	Él (Ella) es un(a) empleado(a) que nunca pierde el control sobre sus impulsos					
21	Él (Ella), siempre está preocupado(a) por actualizarse, ya sea leyendo o asistiendo a cursos, con la finalidad de ser un empleado(a) eficiente					
22	Es muy importante para él (ella) sentirse parte de su equipo de trabajo y/o empresa, y saber que cuidan de él (ella)					
23	Él (Ella) siempre lucha por que todos los empleados reciban el mismo trato y oportunidades					
24	Para él (ella), adquirir y acumular bienes o servicios costosos es muy importante					
25	Para él (ella), la lealtad hacia su empresa y/o grupo es muy importante					
26	Para él (ella) es muy importante que sus compañeros de trabajo, familiares y amigos reconozcan y valoren sus logros					
27	Él (Ella) es muy metódico(a), no le gusta intentar nuevas formas de hacer la cosas, prefiere lo que siempre le ha funcionado					

28	Es muy importante para él (ella), que su trabajo le permita relacionarse con muchas personas, y pasarla bien durante toda la jornada laboral					
29	Le gustan los retos en su trabajo, prefiere siempre lo nuevo y desconocido					
30	En su trabajo siempre trata de ser cordial y educado(a) con la gente sin importar la persona o la situación					